

9

ULUSLARARASI



GASTRONOMİ TURİZMİ ARAŞTIRMALARI KONGRESİ 2025

9 - 11 EKİM 2025
KAYSERİ

UGTAK 2025



DETAY
YAYINCILIK

DETAY YAYINLARI : 2015
1. Baskı : Ekim 2025
ISBN : 978-625-5754-00-4
Yayıncı Sertifika No : 46573

© Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.

Her hakkı saklıdır. Yazarından ve yayınevinden yazılı izin alınmaksızın bu kitabın fotokopi veya diğer yollarla kısmen veya tamamen çoğaltılması, basılması ve yayınlanması yasaktır. Aksine davranış, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu gereğince, 5 yıla kadar hapis ve adli para cezaları ile fotokopi ve basım aletlerine el konulmasını gerektirir.

Kütüphane Bilgi Kartı

9. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi Özet Bildiriler Kitabı, 1. Baskı
ISBN: 978-625-5754-00-4



GENEL DAĞITIM ve İSTEME ADRESİ

DETAY ANATOLIA AKADEMİK YAYINCILIK LTD. ŞTİ.

Adakale Sokak No: 14/4 Kızılay/ANKARA

Tel : (0.312) 434 09 49 • Faks: (0.312) 434 31 42

Web: www.detayyayin.com.tr • e-posta: detayyay@gmail.com

DESTEKLEYENLER

T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
T.C. KAYSERİ VALİLİĞİ
KAYSERİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ
UNESCO TÜRKİYE MİLLİ KOMİSYONU
MELİKGAZİ BELEDİYESİ
KOCASINAN BELEDİYESİ
TALAS BELEDİYESİ
KAYSERİ TİCARET ODASI
KAYSERİ SANAYİ ODASI
TÜRKİYE TURİZM TANITIM VE GELİŞTİRME AJANSI
KAYSERİ ŞEKER
KAYSERİ OTELCİLER DERNEĞİ
TÜRKİYE AŞÇILAR FEDERASYONU
KAYSERİ GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI DERNEĞİ
TALAS TANITIM – SOSYAL YARDIMLAŞMA VE DAYANIŞMA DERNEĞİ
KAYSERİ LOKANTACILAR VE PASTACILAR ODASI
TÜM ETKİNLİK SEKTÖRÜ İŞVEREN SENDİKASI
TÜRKİYE SEYAHAT ACENTALARI BİRLİĞİ ERCİYES BÖLGE TEMSİL KURULU
NEOMARIN ALIŞVERİŞ MERKEZİ
DETAY YAYINCILIK
SAMUR KNIFE MAKER
ERV UNIFORM
ÇARŞIBAŞI GIDA
SOMTAŞ ENDÜSTRİYEL
BONNA PORSELEN
KAPP ENDÜSTRİYEL MUTFAK EKİPMANLARI
MARTI TURİZM
RADISSON BLU HOTEL, KAYSERİ
WYNDHAM HOTELS & RESORTS, KAYSERİ
NOVOTEL HOTELS, KAYSERİ
İBİS HOTELS, KAYSERİ
HOLIDAY INN, KAYSERİ
DEDEMAN HOTELS & RESORTS, KAYSERİ
CROWNE PLAZA, KAYSERİ
FIER LIFE CENTER, KAYSERİ
THE KAYSERİ LOFT HOTEL, KAYSERİ
ENLIVA HOTEL, KAYSERİ

**9. ULUSLARARASI GASTRONOMİ TURİZMİ
ARAŞTIRMALARI KONGRESİ
ÖZET BİLDİRİLER KİTABI**

09-11 EKİM 2025, KAYSERİ

**9TH INTERNATIONAL GASTRONOMY
TOURISM STUDIES CONGRESS
BOOK OF ABSTRACTS**

09-11 OCTOBER 2025, KAYSERİ

Editörler

Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA

Doç. Dr. Reha KILIÇHAN

Yayına Hazırlayanlar

Dr. Öğr. Üyesi Aykut Göktuğ SOYLU

Dr. Öğr. Üyesi Bülent YORGANCI

Dr. Öğr. Üyesi Merve ONUR

Bu kitap 9. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi kapsamında yayınlanmıştır. Bu kitapta yer alan bildiriler yazar(lar)ın kendi düşüncelerini yansıtmaktadır.

KAYSERİ VALİSİ SAYIN GÖKMEN ÇİÇEK'İN ÖNSÖZÜ

Son yıllarda dünyada yaşanan hızlı küreselleşme süreci, birçok alanda olduğu gibi gastronomi turizmi alanında da önemli değişimleri beraberinde getirmiştir. Ulaşım ve iletişim fırsatlarının gelişmesi, çeşitlenmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte gastronomi turizmi yalnızca yerel lezzetlerin tanıtıldığı bir alan değil, aynı zamanda kültürel kimliklerin korunması, sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin desteklenmesi ve destinasyonların marka değerinin artırılması açısından stratejik önem kazanmıştır. Bu süreçte, gastronomi turizmi alanında rekabet gücünü belirleyen faktörlerin çeşitlenerek artması dikkat çekmektedir. Artık sadece yöresel ürünlerin benzersizliği değil, bu ürünlerin sürdürülebilir yöntemlerle sunulması, gastronomik deneyimlerin yenilikçi bir biçimde tasarlanması ve yerel halkın bu sürece etkin biçimde katılması da büyük önem arz etmektedir.

Kayseri, tarih boyunca kültürlerin, medeniyetlerin ve lezzetlerin buluşma noktası olmuş; mutfak geleneğiyle Anadolu'nun en zengin gastronomi şehirlerinden biri haline gelmiştir. Kayseri'nin eşsiz mutfak kültürü ve misafirperverliğiyle bütünleşen 9. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi'nin, ulusal ve uluslararası düzeyde bilgi paylaşımını artıracığına, yeni iş birliklerini teşvik edeceğine ve ülkemizin gastronomi turizmi alanındaki konumunu daha da güçlendireceğine inancım tamdır.

Kayseri'nin köklü mutfak mirasının ışığında, 9–11 Ekim 2025 tarihleri arasında Kayseri Üniversitesi ev sahipliğinde düzenlenen 9. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi'nde sizleri ağırlamaktan büyük bir memnuniyet duyuyoruz. Bu anlamlı etkinliğe ev sahipliği yapan Kayseri Üniversitesi kongre organizasyon kurulu başta olmak üzere destek veren tüm kurum, kuruluş ve paydaşlara şükranlarımı sunar, kongrenin ufuk açıcı değerli çıktıları ortaya koymasını dilerim.

Gökmen ÇİÇEK
Kayseri Valisi

KAYSERİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYE BAŞKANI SAYIN DR. MEMDUH BÜYÜKKILIÇ'IN ÖNSÖZÜ

Bilindiğı üzere gastronomi turizmi, günümüz dünyasında yalnızca bir destinasyonun tanıtımı açısından değıl; aynı zamanda kültürel mirasın korunması, yerel kalkınmanın desteklenmesi ve ülke ekonomisine katkı sağlanması açısından da son derece önemli bir alan olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda son yıllarda ülkemizde gastronomi turizmine yönelik dikkat çekici gelişmeler yaşanmış, pek çok şehrimiz kendi yöresel mutfak değerlerini turizmle bütünleştirerek önemli atılımlar gerçekleştirmiştir.

Kayseri ise binlerce yıllık tarihi, farklı uygarlıklardan miras kalan kültürel dokusu, Erciyes Dağı gibi doğal güzellikleri ve kadim mutfak kültürüyle bu gelişmelerin merkezinde yer alan şehirlerimizden biridir. Mantısı, pastırması, sucuğı ve daha nice yöresel lezzetiyle Kayseri mutfağı, sadece Anadolu'nun değıl, dünyanın da dikkatini çeken zengin bir gastronomik mirasa sahiptir. Halkının sıcakkanlılığı, misafirperverliği, ulaşım ve konaklama imkânlarının çeşitliliğı ile Kayseri, gastronomi turizmi açısından önemli bir cazibe merkezi olma yolunda hızla ilerlemektedir. Büyükşehir Belediyesi olarak bizler, şehrimizin bu potansiyelini değerlendirmek amacıyla hem ulusal hem de uluslararası alanda farklı projeler geliştirmekte, Kayseri'nin gastronomi ve turizm alanındaki tanınırlığını artırmak için yoğun çaba sarf etmekteyiz. Erciyes'te yürütölen yatırımlar, kültürel mirasın korunmasına yönelik projeler, turizm altyapısının güçlendirilmesi ve gastronomi festivalleri gibi etkinlikler bu anlayışın birer parçasıdır. Tüm bu çalışmalarla Kayseri'yi, gastronomi ve turizm alanında bir marka şehir haline getirmeyi hedefliyoruz.

Bu yıl düzenlenen 9. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi'nin şehrimizde Kayseri Üniversitesi ev sahipliğinde gerçekleştirilmesi Kayseri açısından ayrı bir gurur vesilesidir. Ülkemizin ve dünyanın farklı üniversitelerinden değerli akademisyenler ile sektör temsilcilerinin katılımıyla gerçekleşen bu kongrenin, gastronomi turizmi literatürüne katkı sunacağına, aynı zamanda Kayseri'nin tanıtımına önemli ölçüde destek sağlayacağına inanıyorum.

Bu vesileyle, kongrenin düzenlenmesinde emeğı geçen bilim insanlarına, kongre organizasyon kuruluna ve tüm paydaşlara teşekkür ediyor; özet bildiriler kitabının gastronomi turizmi alanında kalıcı bir kaynak olmasını diliyorum.

Dr. Memduh BÜYÜKKILIÇ
Kayseri Büyükşehir Belediye Başkanı

KAYSERİ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRÜ
SAYIN PROF. DR. KURTULUŞ KARAMUSTAFA'NIN ÖNSÖZÜ

Küreselleşme, teknolojik ilerlemeler ve toplumsal dönüşümlerle hız kazanan çağımızda turizm sektörü, değişimin en yoğun hissedildiği alanlardan biridir. Bu dönüşüm içinde gastronomi turizmi; kültürel mirasın korunması, yerel kalkınmanın desteklenmesi ve destinasyonların marka değerinin artırılmasında stratejik bir rol üstlenmektedir. Artık gastronomi, sadece bir beslenme etkinliği değil, kültürlerarası etkileşimin, ekonomik kalkınmanın ve sürdürülebilirliğin güçlü bir taşıyıcısıdır.

Bu anlayışla, 9–11 Ekim 2025 tarihlerinde Kayseri Üniversitesi ev sahipliğinde düzenlenen 9. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi, alanın güncel akademik çalışmalarını görünür kılmayı, disiplinlerarası bilgi paylaşımını teşvik etmeyi ve sektör–akademi iş birliğini güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Kongrede inovatif yaklaşımlar, sürdürülebilirlik, dijitalleşme-yapay zeka, gastronomi markalaşması ve kültürel mirasın aktarımı gibi konular çeşitli oturumlarda kapsamlı biçimde ele alınacaktır.

Uluslararası niteliğiyle kongremiz, yalnızca bilimsel çıktıların paylaşıldığı bir platform değil, aynı zamanda Türkiye'nin zengin gastronomi mirasının dünyaya tanıtılması ve Kayseri'nin bu alandaki potansiyelinin vurgulanması açısından da önemli bir fırsat sunmaktadır.

Bu vesileyle, kongreye katkı sunan değerli akademisyenlere, bildirileriyle sürece dâhil olan araştırmacılara, titiz değerlendirmeleriyle bilimsel kaliteyi güvence altına alan hakemlerimize, organizasyonda emeği geçen organizasyon, danışma ve bilim kurulu üyelerimize şükranlarımı sunarım. Ayrıca, bu anlamlı etkinliğe ev sahipliği yapmanın onurunu taşıyan Kayseri Üniversitesi Rektörlüğü adına, destek veren tüm kurum, kuruluş ve sponsorlarımıza içten teşekkür ederim.

Kongremizin, gastronomi turizmi alanında yeni akademik iş birliklerinin temelini atacağına, özgün fikirlerin gelişimine katkı sağlayacağına ve geleceğe yön verecek önemli açılımlara vesile olacağına yürekten inanıyorum.

Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA
Kayseri Üniversitesi Rektörü

KONGRE HAKKINDA

Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi, 2016 yılından itibaren her yıl düzenlenen, gastronomi ve turizm disiplinlerini akademik bir çerçevede buluşturan prestijli bir bilimsel etkinliktir.

İlk olarak Balıkesir Üniversitesi ev sahipliğinde başlayan kongre, yıllar içerisinde Çanakkale, Kocaeli, Nevşehir, Sakarya ve Afyon Kocatepe Üniversiteleri Turizm Fakülteleri tarafından düzenlenerek geniş bir akademik etkileşim ağı oluşturmuştur. Küresel pandemi sebebiyle 2020 yılında gerçekleştirilemeyen kongre, 2023 yılında Kastamonu Üniversitesi ve Hacı Bayram Veli Üniversitesi iş birliğiyle Kastamonu’da düzenlenerek bilim dünyasındaki sürekliliğini korumuştur. 2024 yılında ise Aydın Adnan Menderes Üniversitesi ve İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Turizm Fakülteleri ev sahipliğinde Aydın Kuşadası’nda gerçekleştirilmiş ve gastronomi turizmi alanında önemli akademik katkılar sunmaya devam etmiştir. Kongre, her yıl değişen ev sahipleriyle disiplinlerarası iş birliğini teşvik etmekte ve alanında uzman akademisyenler ile sektör temsilcilerini bir araya getirerek gastronomi turizmi alanındaki güncel araştırmaların paylaşılmasına zemin hazırlamaktadır.

9. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi, 9-11 Ekim 2025 tarihleri arasında Kayseri Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi ev sahipliğinde gerçekleştirilecektir.

9. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi
Organizasyon Kurulu Adına

Doç. Dr. Reha KILIÇHAN
Kayseri Üniversitesi
Uygulamalı Bilimler Fakültesi
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölüm Başkanı

9. ULUSLARARASI GASTRONOMİ TURİZMİ ARAŞTIRMALARI KONGRESİ KURULLARI

ONUR KURULU

Ünvanı, Adı ve Soyadı	Kurumu
Gökmen ÇİÇEK	Kayseri Valisi
Dr. Memduh BÜYÜKKILIÇ	Kayseri Büyükşehir Belediye Başkanı
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA	Kayseri Üniversitesi Rektörü

DANIŞMA KURULU*

Ünvanı, Adı ve Soyadı	Kurumu
Prof. Dr. Bahattin ÖZDEMİR	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Burak MİL	İstanbul Kent Üniversitesi
Prof. Dr. Burhan KILIÇ	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN	İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu
Prof. Dr. Düriye BOZOK	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Emrah ÖZKUL	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Fügen ÖZKAYA	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan YILMAZ	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Lütfi ATAY	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa SANDIKÇI	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Osman Nuri ÖZDOĞAN	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr. Aydan BEKAR	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Turgay BUCAK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Betül ÖZTÜRK	İzmir Ekonomi Üniversitesi

*Alfabetik olarak ada göre düzenlenmiştir.

BİLİM KURULU*

Ünvanı, Adı ve Soyadı	Kurumu
Prof. Dr. Ahmad Puad Mat Som	Sultan Zainal Abidin Üniversitesi
Prof. Dr. Aslı Albayrak	İstanbul Gelişim Üniversitesi
Prof. Dr. Atınç Olcay	Gaziantep Üniversitesi
Prof. Dr. Atilla Akbaba	İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Aybüke Elif Ceyhan Sezgin	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Aysu Altaş	Aksaray Üniversitesi
Prof. Dr. Bahattin Özdemir	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Bendegül Okumuş	Central Florida Üniversitesi
Prof. Dr. Burak MİL	İstanbul Kent Üniversitesi
Prof. Dr. Burhan Kılıç	Muğla Üniversitesi
Prof. Dr. Cevdet Avcıkurt	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. D.A.C Suranga Silva	Kolombo Üniversitesi
Prof. Dr. David Hind	Buckinghamshire Yeni Üniversitesi
Prof. Dr. Deepali Bhatnagar	Amity Üniversitesi Jaipur
Prof. Dr. Derman Küçükaltan	İzmir Kavram Üniversitesi
Prof. Dr. Doğan Gürsoy	Washington Eyalet Üniversitesi
Prof. Dr. Duran Cankül	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr. Düriye Bozok	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Emel Memiş Kocaman	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Emrah Özkul	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Evren Güçer	Karabağ Üniversitesi
Prof. Dr. Ferah Özkök	Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi

Prof. Dr. Fevzi Okumuş	Central Florida Üniversitesi
Prof. Dr. Frederic Dimanche	Ryerson Üniversitesi
Prof. Dr. Fügen Özkaya	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Göksel Kemal Girgin	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan Yılmaz	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Hatice Ferhan Nizamlioğlu	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. Hilmi Rafet Yüncü	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Hülya Kurgun	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Hüseyin Avni Kırmacı	Karabük Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim Gönen	Nişantaşı Üniversitesi
Prof. Dr. İrfan Yazıcıoğlu	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Kamil Bostan	İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Dr. Khurram Sharif	Katar Üniversitesi
Prof. Dr. Kurtuluş Karamustafa	Erciyes Üniversitesi; Kayseri Üniversitesi
Prof. Dr. Laila Drouiche	Uluslararası Agadir Üniversitesi
Prof. Dr. Lokman Toprak	Mardin Artuklu Üniversitesi
Prof. Dr. Lütfi Atay	Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi
Prof. Dr. Lütfi Buyruk	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Mi-Hea	Sejong Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Oğuzhan İlban	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Sarıışık	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Sarioğlu	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Menekşe Cömert	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Mohamed El-Ansari	Vitez Üniversitesi
Prof. Dr. Muhammed Ashfaq	İÜ Uluslararası Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Murat Doğdubay	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa Aksoy	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa Sandıkçı	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Nazgül Batyrova	Uluslararası Turizm ve Otelcilik Üniversitesi
Prof. Dr. Neriman Gonca Güzel Şahin	Atılım Üniversitesi
Prof. Dr. Nilüfer Şahin Perçin	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Nurudin Kırıraliev	Kırgız-Türk Manas Üniversitesi
Prof. Dr. Nurten Çekal	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Onur Görkem	Katip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Osman Nuri Özdoğan	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Osman Çulha	Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuz Türkay	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Pınar Temizkan	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr. Rahman Temizkan	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr. Rhabra Sanae	İbn Zohr Üniversitesi
Prof. Dr. Saurabh Dixit	North-Eastern Hill Üniversitesi
Prof. Dr. Selda Uca	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Semra Akar Şahingöz	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Serkan Şengül	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Şafak Ünüvar	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Şevki Ulema	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Sibel Özilgen	Yeditepe Üniversitesi
Prof. Dr. Şimal Aymankuy	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Tarık Nael Hashem	İsra Üniversitesi
Prof. Dr. Venkat Rao Yedla	Pondicherry Üniversitesi
Prof. Dr. Volkan Altıntaş	İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Yüksel Ekinci	Portsmouth Üniversitesi
Doç. Dr. Adem Arman	Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Ahmed Imran Hunjra	Gazi Üniversitesi, Dera Gazi Han
Doç. Dr. Ahmad Albattat	Yönetim ve Bilim Üniversitesi
Doç. Dr. Alev Sökmen	Kastamonu Üniversitesi
Doç. Dr. Alper Işın	İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Doç. Dr. Alper Kurnaz	Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Doç. Dr. Ann Ashton	Ulusal Kalkınma İdaresi Enstitüsü
Doç. Dr. Asuman Pekyaman	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Doç. Dr. Aydan Bekar	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Ayman Harb	Ürdün Üniversitesi
Doç. Dr. Ayşe Şahin Yılmaz	Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Aza Azlina Md Kassim	Yönetim ve Bilim Üniversitesi
Doç. Dr. Bakyt Turdumambetov	Kırgızistan Türk Manas Üniversitesi
Doç. Dr. Bilal Deveci	Kırklareli Üniversitesi
Doç. Dr. Carlos Fernandes	Viana do Castelo Politeknik Enstitüsü
Doç. Dr. Çinuçen Okat	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Doç. Dr. Emrah Keskin	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Emrullah Erul	İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Doç. Dr. Erhan Akarçay	Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. Fatih Günay	Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Gökhan Yılmaz	Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Gülçin Özbay	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Hüseyin Pamukçu	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Doç. Dr. İbrahim İlhan	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Kevser Çınar	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet Necati Cizrelioğulları	Kıbrıs İlim Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet Sedat İpar	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet Kabacık	Ordu Üniversitesi
Doç. Dr. Ömer Moufakkir	Körfez Bilim ve Teknoloji Üniversitesi
Doç. Dr. Osman Güldemir	Eskişehir Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. Önder Yayla	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Doç. Dr. Özge Samancı	Özyeğin Üniversitesi
Doç. Dr. Özgür Kızıldemir	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Rahmat Hashim	Taylor Üniversitesi
Doç. Dr. Razaq Raj	Leeds Beckett Üniversitesi
Doç. Dr. Reha Kılıçhan	Kayseri Üniversitesi
Doç. Dr. Sabri Çelik	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Doç. Dr. Salim İbiş	Galata Üniversitesi
Doç. Dr. Sedat Yüksel	Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Serdar Sünnetçioğlu	Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi
Doç. Dr. Sibel Önçel	Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. Sung Hee Park	Makao Bilim ve Teknoloji Üniversitesi
Doç. Dr. Sonia Ferrari	Calabria Üniversitesi
Doç. Dr. Şaban Kargilioğlu	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Tufan Süren	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Turgay Bucak	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Ümit Sormaz	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Doç. Dr. Üzeyir Kement	Ordu Üniversitesi
Doç. Dr. Yanki Hartijasti	Endonezya Üniversitesi
Doç. Dr. Yılmaz Seçim	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Doç. Dr. Yusuf Acar	Aksaray Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aahed Khelifat	Ürdün Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Asep Parantika	Ulusal Üniversite
Dr. Öğr. Üyesi Atif Mahmood	IBADAT Uluslararası İslamabad Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aykut Göktuğ Soylu	Kayseri Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Azamat Maksudunov	Kırgız – Türkiye Manas Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Betül Öztürk	İzmir Ekonomi Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Bülent Yorgancı	Kayseri Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Chandra Shekhar Barua	Hindistan Turizm ve Seyahat Yönetimi Enstitüsü
Dr. Öğr. Üyesi Çağrı Sürücü	Çankırı Karatekin Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Faruk Yüksel	Ordu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fakir Fatima Zahra	Uluslararası Ağadir Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fikret Soner	İstanbul Bilgi Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fulya Sarper	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Hafidh Al-Riyami	Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hayri Uygun	Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hema Mirji	Bharati Vidyapeeth Saygıdeğer Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi H. J. Ghulam Al Balushi	Sultan Kabus Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Jeetesh Kumar	Taylor Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Jeet Dogra	Hindistan Turizm ve Seyahat Yönetimi Enstitüsü (IITTM)
Dr. Öğr. Üyesi Jurry Foo	Malezya Sabah Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Khaled Alsardia	Ammon Uygulamalı Üniversite Koleji
Dr. Öğr. Üyesi Kamaruzaman Yusoff	Malezya Teknoloji Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mansoureh Ebrahimi	Malezya Teknoloji Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Merve Onur	Kayseri Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mete Gövce	Dokuz Eylül Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mohammed Ragab	Ammon Üniversitesi, Uygulamalı Koleji
Dr. Öğr. Üyesi M. Naqib Hamdan	Malezya Teknoloji Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Muna Fathmath	Açık Üniversite Malezya
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Ülker	Erciyes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mohd Alif Mohd Puzi	Malezya Teknoloji Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nurul Diyana Md Khairi	Malezya Teknoloji Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nurzhan Abishov	Uluslararası Turizm ve Otelcilik Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Pembe Ülker	Erciyes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Rupa Sinha	SRM Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sara Rabiai	İbn Zohr Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Serkan Çalışkan	Kastamonu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sharma Kapil	Kota Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Shem Wambugu Maingi	Kenyatta Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Shida Irwana Omar	Malezya Sains Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Shruti Arora	Kota Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Symbat Nakhipekova	Uluslararası Turizm ve Otelcilik Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sibel Ayyıldız	Karabük Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Toh Pei Sung	Malezya Sabah Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Trixie Tangit	Malezya Sabah Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Zatul Iffah Mohd Fuza	UiTM Terengganu -Mara Teknoloji Üniversitesi

*Alfabetik olarak ada göre düzenlenmiştir.

KONGRE ORGANİZASYON KURULU

Prof. Dr. Oğuz ÖCAL, 9. UGTAK Organizasyon Kurulu Başkanı

Doç. Dr. Reha KILIÇHAN, 9. UGTAK Organizasyon Kurulu Başkan Yardımcısı

Dr. Öğr. Üyesi Bülent YORGANCI, Üye

Dr. Öğr. Üyesi Aykut Göktuğ SOYLU, Üye

Dr. Öğr. Üyesi Merve ONUR, Üye

Öğr. Gör. Sinan KILIÇKAYA, Üye

Öğr. Gör. Osman GÜNER, Üye

Öğr. Gör. Tarık ERTÜRK, Üye

Öğr. Gör. Muhammed Nurullah KARABAY, Üye

Öğr. Gör. Özge KARADENİZ, Üye

Öğr. Gör. Uğurcan METİN, Üye

Öğr. Gör. Mehmet NAZİKGÜL, Üye

Öğr. Gör. Zehra TANTALKAYA, Üye

İÇİNDEKİLER

	ÖNSÖZLER	Sayfa
1	Kayseri Valisi Sayın Gökmen ÇİÇEK'in Önsözü	iv
2	Kayseri Büyükşehir Belediye Başkanı Sayın Dr. Memduh BÜYÜKKILIÇ'ın Önsözü	v
3	Kayseri Üniversitesi Rektörü Sayın Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA'nın Önsözü	vi

	BİLDİRİLER	Sayfa
UGTAK001 Çevrimiçi	Understanding Restaurant Frontline Employees' Role Overload, Job Stress, Emotional Exhaustion and Work Alienation Doç. Dr. Ülker CAN, Dr. Miray KILIÇALP	1
UGTAK002 Çevrimiçi	Televizyon ve Medyanın Şef Algısına Etkisi Öğr. Gör. Mehmet ÖZDAMAR	2
UGTAK003 Çevrimiçi	Michelin Yıldızlı Restoranların Destinasyon İmajına Katkısı: Urla Örneği Öğr. Gör. Mehmet ÖZDAMAR	3-4
UGTAK004	Osmanlı İmparatorluğu Bahçecilik Kültürünün Avrupa Üzerindeki Etkileri Öğr. Gör. Servet Kazım GÜNEY	5-6
UGTAK005	Paylaşım Ekonomisine Dayalı Yemek Turlarında Katılımcı Deneyimlerinin İncelenmesi: İstanbul Örneği Dr. Öğr. Üyesi Emre AKOĞUL	7
UGTAK006	Mutfaktaki Gıda Atığını Azaltmak için Reçetelerde Evsel Atıklarının Kullanılması ile Ürün Geliştirme ve Duyusal Analizleri Öğr. Gör. Aylin DOĞANER, Doç. Dr. İlkay YILMAZ	8-9
UGTAK008	6 Şubat Depremlerinin Gastronomi Sektörüne Etkisi: Malatya İli İncelemesi Serbest Araştırmacı Miraç SAĞIR, Dr. Öğr. Üyesi Mesut Murat ADABALI	10-11
UGTAK009	Konaklama Sektöründe Akıllı Teknoloji Yatırımlarının Önündeki Engeller ve Yöneticilerin Algıları: Şanlıurfa Örneği Doç. Dr. Ahmet ERDEM, Dr. Öğr. Üyesi Levent Selman GÖKTAŞ	12-13
UGTAK010	UNESCO Gastronomi Şehirlerinde Algılanan Restoran Özgünlüğü ve Müşteri Değeri İlişkisi: Afyonkarahisar Örneği Öğr. Gör. Seren KAVAS, Doç. Dr. Ülker CAN	14
UGTAK011 Çevrimiçi	Kuşaklararası Yenilik Algısı: Neofobi ve Neofili Düzeyleri Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme Lisansüstü Öğrenci Ebru Vildan ER, Öğr. Gör. Ferzan AKTAŞ, Dr. Öğr. Üyesi Gönül AKIN, Doç. Dr. Emrah KESKİN	15-16
UGTAK012	Preliminary Study of the Use of Artificial Intelligence in Culinary Creativity with Jordi Roca as a Case Dr. Öğr. Üyesi Betül ÖZTÜRK	17
UGTAK013	Hindiba Doğa Evi'ndeki Yeşil Uygulamaların Değerlendirilmesi Lisansüstü Öğrenci Engin ASLAN, Doç. Dr. Alper KURNAZ, Dr. Öğr. Üyesi Elif ASLAN	18-19
UGTAK014	Gastronomide Yeni Trend: Pop-up Restoran – L'avare Örneği Dr. Öğr. Üyesi Elif ASLAN	20
UGTAK015 Çevrimiçi	Tokat'ın Yemek Belleğinde "Bat": Yöresel Mutfak ve Kimlik Üzerine Kavramsal Bir Yaklaşım Arş. Gör. Dr. Cansu UZUN GÜRİPEK	21-22
UGTAK016	Ekşi Sözlük'te Sokak İçeceklerine İlişkin Kullanıcı Yorumlarının Analizi Dr. Vildan TÜYSÜZ, Arş. Gör. Serkan SEMİNT	23
UGTAK017	UNESCO Gastronomi Temalı Şehirlerin Sürdürülebilirliği: Gaziantep ve Afyonkarahisar Örneği Öğr. Gör. Tamer TAŞÇI, Prof. Dr. Ülker ÇOLAKOĞLU	24-25

	BİLDİRİLER (devam)	
UGTAK018	Gastronominin Bilimsel Evrimi: Türkiye ve Yurtdışı Çalışmalarında Metodolojik ve Tematik Farklılıklar Doç. Dr. Cevat ERCİK, Dr. Öğr. Üyesi Seda Nur KESKİN	26-27
UGTAK019	Fonksiyonel Gıda Olarak Tef'in Besin Bileşenleri ve Kullanım Alanları Öğr. Gör. Dr. Dilek ÇİFTÇİ	28
UGTAK020 Çevrimiçi	Ritüel ve Bellek: Bayram Sofralarında Zamanın İzleri Dr. Öğr. Üyesi Hilal KESKİN, Öğr. Gör. Münevver KAYA ONURGİL	29-30
UGTAK021 Çevrimiçi	Türkmen Kızı Halk Oyununda Yemek Sembollerinin Göstergebilimsel Analizi Arş. Gör. Kemal AKSU, Öğr. Gör. Cemile BÜYÜKYILDIRIM	31-32
UGTAK022	Hijyen, Verimlilik ve Güvenlik Perspektifleri Açısından Profesyonel Mutfak Tasarımlarının Kavramsal Olarak Değerlendirilmesi Lisansüstü Öğrenci Sümeyra ŞİMŞEK KARA, Doç. Dr. Metin SÜRME	33-34
UGTAK023 Çevrimiçi	Geleneksel Lezzet İçli Köftenin Yeniden Yorumu: Glutensiz İçli Köfte ve Vegan İçli Köfte Dr. Öğr. Üyesi Esra DOĞU BAYKUT	35-36
UGTAK024	Mutfak Trendleri ve Tek Kültürleşme: Gastronomi Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma Lisansüstü Öğrenci Beyza DALGIN, Dr. Öğr. Üyesi HİLAL KESKİN	37-38
UGTAK025 Çevrimiçi	Hasat Turizminde Deneyimsel Gastronominin Yeri Dr. Öğr. Üyesi. Elanur ŞAHİN, Prof. Dr. Menekşe CÖMERT	39
UGTAK026	Yöresel Yemek Kitabı Yazımı: Kültürel, Coğrafi ve Toplumsal Bir Rehber Dr. Öğr. Üyesi Erol TAŞKIN, Arş. Gör. Çağlar BAYAR	40-41
UGTAK027 Çevrimiçi	Gıda Güvenliğinde Yenilikçi Yaklaşımlar ve Yapay Zekâ Tabanlı Sistemler Doç. Dr. İbrahim ÇEKİÇ, Arş. Gör. Çağlar BAYAR	42-43
UGTAK030	Regular Show Animasyon Dizisinde Yer Alan Kurgusal Yiyeceklerin Gastronomi ve Sosyal Medya Ekseninde Değerlendirilmesi Öğrenci Zülal HACIMUSAOĞLU, Prof. Dr. Semra AKAR ŞAHİNGÖZ	44-45
UGTAK031 Çevrimiçi	İstanbul İli Balat Semtinde Yaşamış Kadim Kültürlerin Türk Mutfak Kültürüne Etkileri Lisansüstü Öğrenci Elif Tuğçe Öztürk, Doç. Dr. Gül Yılmaz	46-47
UGTAK032	Tiyatro Sofrada: Yaratıcı Turizm Bağlamında Dramatik Yemek Deneyiminin Tripadvisor Yorumlarıyla İncelenmesi Doç. Dr. Alev Sökmen, Arş. Gör. Yağız Batuhan ERASLAN, Arş. Gör. Ahmet Tuğrul KARAMUSTAFA	48-49
UGTAK033	Restoran İşletmelerinde Sürdürülebilirlik Uygulamaları: Türkiye ve Dünyadan Uygulama Örnekleri Öğr. Gör. Melih İÇİGEN	50-51
UGTAK034	Anadolu Aromasının Moleküler Yorumlanması: Gilaburu Suyunun Modern Sunumu Doç. Dr. İbrahim Akın ÖZEN, Lisansüstü Öğrenci Halil Ercan KOCATAŞ	52-53
UGTAK036	İlaç Olarak Gıda: Afyonkarahisar'ın Mutfak Geleneklerinde Bulunan Malzemelerin İyileştirici Özelliklerinin Tespit Edilmesi Lisansüstü Öğrenci Şevval BARIN, Prof. Dr. Mustafa SANDIKÇI, Lisansüstü Öğrenci Aysun ÖZKAN	54-55
UGTAK037	Kırsal Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri: Bitlis Örneği Dr. Savaş BÜYÜKYILMAZ, Doç. Dr. Erkan DENK, Doç. Dr. Yener OĞAN	56-57
UGTAK039 Çevrimiçi	Gıda Neofobisi Ölçeğinin Güvenilirliği: Bir Meta-Analiz Çalışması Doç. Dr. Eray POLAT, Arş. Gör. Aleyna GÜN, Arş. Gör. Kübra KIRBAÇ	58-59
UGTAK040	Yemek Kültürünün Statü İnşasındaki Rolü: Gastronomik Kapital Kavramının İncelenmesi Dr. Öğr. Üyesi Berkan BAŞAR, Öğr. Gör. Ömer Berke CUROĞLU	60

	BİLDİRİLER (devam)	
UGTAK041	Toplu Beslenme Sistemlerinde Et ve Yumurta Atıkları ve Atık Yönetiminde Güncel Yaklaşımlar Uzman Diyetisyen İclal ŞAHİNER, Doç. Dr. Dilek ONGAN	61-63
UGTAK042	Kültürel Bir Lezzet ve Miras Değeri Olarak Ilgaz Keşkeği Dr. Öğr. Üyesi Mikail KARA, Doç. Dr. Ayhan DAĞDEVİREN, Dr. Öğr. Üyesi Çağrı SÜRÜCÜ, Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Ziya AKBAŞ	64-65
UGTAK043	Robotik Çağda Mutfak Eğitimi: Fırsatlar, Tehditler ve Gelecek Perspektifi Doç. Dr. Serkan YİĞİT, Arş. Gör. Tolgahan DOĞAN, Arş. Gör. Günevi GÜZEL	66-67
UGTAK044	Gıda İsrar Yönetiminde Yapay Zekâ Teknolojileri Lisansüstü Öğrenci Aysun ÖZKAN, Prof. Dr. Mustafa SANDIKCI, Lisansüstü Öğrenci Şevval BARIN	68-69
UGTAK045	Algoritma-Tabanlı Menü Planlama ile Geleneksel Menü Planlamanın Tabak Artıkları Açısından Karşılaştırılması: Bir Üniversite Yemekhanesi Örneği Uzman Diyetisyen Enes URAL, Doç. Dr. Dilek ONGAN	70-71
UGTAK046	Meyve-Sebze Atıklarının Yönetiminde Güncel Yaklaşımlar Uzman Diyetisyen Aleya Nur KÜÇÜK, Doç. Dr. Dilek ONGAN	72-73
UGTAK047	Yemek Stili ve Fotoğrafçılık Alanında Yapılan Bilimsel Çalışmaların Bibliyometrik Analizi Lisansüstü Öğrenci Havva Şeyda DEMİRHAN, Doç. Dr. Nihan YARMAÇI GÜVENÇ	74-75
UGTAK048	Kıtlık Dönemlerinde Geliştirilen Tariflerin Günümüze Yansıması Öğr. Gör. Ünalcan KUTAL, Dr. Öğr. Üyesi Harun Reşit GÜNDOĞAN	76-77
UGTAK049 Çevrimiçi	Din ve Beslenme: Üç Semavi Dinde Yeme Yasakları ve Tabu Besinler Lisansüstü Öğrenci Şeyda Rana UÇMA, Prof. Dr. Nurten ÇEKAL	78-79
UGTAK050	Uluslararası Urla Enginar Festivalinin Çevresel Etkilerinin Tespiti ve Değerlendirilmesi Lisansüstü Öğrenci Bahar KARAMAN, Doç. Dr. Turgay BUCAK	80-81
UGTAK051 Çevrimiçi	Afyonkarahisar'ın Dijital Pazarda Yükselen Lezzetleri Dr. Öğr. Üyesi Banu ZENCİR	82
UGTAK052	Dijital Gastronomi Platformlarında Türk Mutfağının Temsili: TasteAtlas Örneği Lisansüstü Öğrenci Esra YÜKSEL, Doç. Dr. Sema EKİNCEK, Arş. Gör. Cansu İŞERİ	83-84
UGTAK053	Kapadokya Bölgesinde Yerel Halkın Gözünden Yerel Mutfak İmajı: Nevşehir Üzerine Nitel Bir İnceleme Doç. Dr. Günay EROL	85
UGTAK054 Çevrimiçi	Kültürel Kimlik ve Gastronomi: Geleneksel Tariflerin Modern Tabağa Aktarılmasında Etik Sınırlar Dr. Öğr. Üyesi Sedef ÖZGÖNÜL DONUKTAN	86-87
UGTAK055	Bartın'ın Gastronomik Kimliğinin Sunum Yoluyla Yeniden Yorumlanması: DeneySEL Bir Araştırma Arş. Gör. Yağız Batuhan ERASLAN, Doç. Dr. Serkan ÇALIŞKAN	88-89
UGTAK056 Çevrimiçi	Destinasyon Markalaşma Aracı Olarak Hikâye Anlatıcılığının Coğrafi İşaretli Ürünlerin Tanıtımına Etkisi Öğr. Gör. Uğur LOKMAN, Öğr. Gör. Nevres SEZEN	90-91
UGTAK057	Sakarya'nın Tarım Turizmi (Agro-Turizm) Potansiyelinin SWOT Analizi Kullanılarak Belirlenmesi Öğr. Gör. Ömer Berke CUROĞLU, Doç. Dr. Gülçin ÖZBAY	92-93
UGTAK058	Türkiye ve Dünya'da Avcılık: Av Ürünlerinin Gastronomik Kullanımı Lisansüstü Öğrenci Oğuzhan TOPAL, Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ, Prof. Dr. Ümit SORMAZ	94-95

	BİLDİRİLER (devam)	
UGTAK060	Yaratıcı Beyin ve Çekingen Damak: Yaratıcı Kişilik Gıdada Yenilik Korkusunu Aşabilir mi? Arş. Gör. Seray EVREN, Öğr. Gör. Büşra DİKEN ÇOLAK, Doç. Dr. Nihan YARMACI GÜVENÇ	96-97
UGTAK061	Gastronomide Nöronal Hesaplama Yaklaşımları: Canlı Sinir Hücrelerine Dayalı Sistemlerin Uygulanma Potansiyeli Dr. Öğr. Üyesi Erol TAŞKIN	98-99
UGTAK062	Tüketimde Yeni Trend: Sürülebilir Gıdalar Lisansüstü Öğrencisi Özge ÖZDEMİR, Doç. Dr. Emre HASTAOĞLU	100-101
UGTAK063	Üretken Yapay Zekâ, Gastronomi Turistin Yeni Rehberi Olur Mu? Lisansüstü Öğrenci Sümeyra ŞİMŞEK KARA, Doç. Dr. Nalan IŞIK, Lisansüstü Öğrenci Hacer SÖNMEZ	102
UGTAK064	Vegan Yiyecek İçecek İşletmelerinde Atık Yönetimi Uygulamaları ve Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu Arş. Gör. Ayşe Duygu ÇETİNKAYA, Doç. Dr. Turgay BUCAK	103-104
UGTAK065	Osmanlı Saray Mutfağında Şenlik Hazırlığı: 1720 Yılı İlaş Kayıtları ve Ziyafet Sofraları Arş. Gör. Ayşenur ERTEN MARAZ, Arş. Gör. Düşehan ŞAHİNGÖZ, Doç. Dr. Nihan AKDEMİR	105-106
UGTAK066 Çevrimiçi	A Quantitative Analysis of the 2021-2024 Proceedings of "International Gastronomy Tourism Studies Congress" Dr. Öğr. Üyesi Feray YENTÜR	107
UGTAK067	Gastronomide Sanal Gerçeklik ve Artırılmış Gerçeklik Teknolojilerinin Müşteri Deneyimi ve Servis Aşamasında Kullanımı Uzman Diyetisyen Melis AKHALİL, Doç. Dr. Dilek ONGAN	108-109
UGTAK068	Öznel Normun Sağlıklı Yemek Yeme Niyeti Üzerindeki Etkisinde Davranışa Yönelik Tutumun Aracılık Rolü: Fast Food Restoranlarından Hizmet Alan Bireyler Üzerine Bir Araştırma Dr. Öğr. Üyesi Dilek EFE, Doç. Dr. Gamze ERYILMAZ, Arş. Gör. Damla DUMAN	110-111
UGTAK069	Geleneksel Türk Yemeklerinden Modern Restoranlara: Türk Mutfak Kültürünün Dönüşümü ve Korunması Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU, Dr. Öğr. Üyesi Cihan CANBOLAT, Doç. Dr. Mehmet POLAT	112-113
UGTAK070 Çevrimiçi	Kadim Tahıldan Artizan Ekmeğe: Mengen'de Yetiştirilen Atalık Tohum İza Buğdayı ile Ekşi Mayalı Ekmeğin Eldesi Öğr. Gör. Berker ÇİFTÇİ, Dr. Öğr. Üyesi İhsan KAZKONDU	114-115
UGTAK071	Yurt Dışında Faaliyet Gösteren Türk Restoranlarının Menü Yerelleştirme Stratejileri: Kültürel Temsil, Ulus Markalama ve Gastrodiplomasi Bağlamında Bir İnceleme Öğr. Gör. Esra BOZTEPE, Prof. Dr. Serkan ŞENGÜL	116-117
UGTAK072	Yenilebilir Çiçeklerin Menü Planlamasındaki Rolünün Sürdürülebilirlik Açısından Değerlendirilmesi Lisansüstü Öğrenci Aras Can TETİK, Doç. Dr. Pınar IŞILDAR	118-119
UGTAK073	Yaratıcılığın Sistemler Modeli Bağlamında Geleneksel Türk Tatlılarının Modern Yorumları Üzerine Bir İnceleme Lisansüstü Öğrenci Esra YÜKSEL, Doç. Dr. Sema EKİNCEK	120-121
UGTAK074 Çevrimiçi	Michelin Yeşil Yıldızlı Restoranlarda Sürdürülebilir Diyetlerin Yeri Doç. Dr. Pınar IŞILDAR, Lisansüstü Öğrenci Bahar KARAMAN	122-123
UGTAK075	Gelenekselin İzinde mi, Çağın Gereğinde mi? Türk Mutfak Mirasında Gelenek-Modernite İkilemi Öğr. Gör. Büşra DİKEN ÇOLAK, Arş. Gör. Seray EVREN, Prof. Dr. Serkan ŞENGÜL	124-127
UGTAK076 Çevrimiçi	Etnik Restoranlar Bağlamında Otantizmin Kültürel Etkileşimdeki Rolü: Bibliyometrik Bir Analiz Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA, Arş. Gör. Rabia ZEYBEK	128-129

	BİLDİRİLER (devam)	
UGTAK079	Michelin Rehberinde Yer Alan İzmir Restoranlarında Coğrafi İşaretli Ürünlerin Kullanımı Üzerine Bir Değerlendirme Arş. Gör. Ayşe Duygu ÇETİNKAYA, Dr. Öğr. Üyesi Duygu ÇELEBİ TÜRKMEN, Prof. Dr. Seda GENÇ	130-131
UGTAK080	A Conceptual Model for Route Planning in Gastronomy Tourism Öğr. Gör. Dr. Hakan GÜLEÇ	132-133
UGTAK081	Türkiye’de Gastronomi Eğitimi Literatürünün Gelişimi: Bibliyometrik Analiz Yaklaşımıyla Bir İnceleme Arş. Gör. Şule Gül ÜNAL, Dr. Öğr. Üyesi Duygu ÇELEBİ TÜRKMEN, Prof. Dr. Seda GENÇ	134-135
UGTAK083 Çevrimiçi	Gastronomi ve Müzik Temsilleri Üzerinden Duygusal Bağ Kuran Deneyim Tasarımları: İstanbul Örneği Dr. Öğr. Üyesi Elif Zeynep ÖZER	136-137
UGTAK084	Mutfakta Üretimde Oluşan Gıda Atıklarının Değerlendirilmesi Üzerine Deneyisel Bir Çalışma: Atıklardan Ürün Geliştirilmesi Lisansüstü Öğrenci İrem BEDİR, Dr. Öğr. Üyesi Nurten BEYTER	138-139
UGTAK085 Çevrimiçi	Türkiye’de Gastrodiploması Üzerine Yapılan Akademik Çalışmaların İncelenmesi Arş. Gör. Rabia ZEYBEK, Öğr. Gör. Şafak Yüksel VURAL	140-141
UGTAK088	Etnik Restoranların Tipolojisi: Girişimcilik Profilleri ve İtici Faktörlere Dayalı Bir Sınıflandırma Arş. Gör. Dr. Gürkan AYBEK	142-143
UGTAK089 Çevrimiçi	“Yemek Bir Yolculuktur”: Gastroturizmin Deneyimsel Boyutunun Kavramsal Bir Çözümlemesi Öğr. Gör. Didem UZUN, Prof. Dr. Şimal YAKUT AYMANKUY	144-145
UGTAK090	Dijital Gastronominin Görsel Yüzü: Foodstagramming ve İlgili Kavramların Bibliyometrik Analizi Arş. Gör. İbrahim YILMAZ	146-147
UGTAK091	Sosyal Kontrol Teorisi Kapsamında Skinnytok: Yeme Bozukluğu mu? Akım mı? Lisansüstü Öğrenci Tuğba ŞEVİK, Dr. Öğr. Üyesi Hilal KESKİN	148-149
UGTAK092	Yemek Adlarıyla Çocuklara Seslenmek: Çocuk Menülerinde Biçimsel ve Anlamsal İsimlendirme Lisansüstü Öğrenci Muhammed Yağız ÖNSOY, Doç. Dr. Merve ÖZGÜR GÖDE	150-151
UGTAK093	Gastronomi Turizminde Rota Önerisi: Manisa Örneği Bilim Uzmanı Merve AKSOY, Bilim Uzmanı Cemre TOKATLI, Prof. Dr. Volkan ALTINTAŞ	152-153
UGTAK094 Çevrimiçi	Integration of Ödemiş’s Rural Production into İzmir’s Gastronomy Öğrenci Alihan AYDIN, Öğr. Gör. Aypar SATI	154-155
UGTAK095	Taste Douze Points: Eurovision’da İkramlarla Temsil Lisansüstü Öğrenci Sedanur AKKOÇ, Prof. Dr. Hakan YILMAZ	156-157
UGTAK096	XVII. Yüzyıl Hollanda Sanatında Gastronomi Temsili Prof. Dr. Hakan YILMAZ, Lisansüstü Öğrenci Bedirhan AYTEN, Lisansüstü Öğrenci Sedanur AKKOÇ, Lisansüstü Öğrenci İbrahim ARMUTOĞLU	158-159
UGTAK097	Akıllı Fırınlarda Geliştirilmesinde Yapay Zekânın Rolü Lisansüstü Öğrenci Sedanur AKKOÇ, Prof. Dr. Hakan YILMAZ, Pişirme Performansı Laboratuvarı Takım Lideri, Dr. Rabia Berna DEMİREL, Pişirme Performansı Laboratuvar Uzmanı, Tuğçe ÜNALAN YILMAZ, Pişirme Performansı Laboratuvar Uzmanı, Damla EVRENDİREK ÖZDEMİR	160-161
UGTAK101	Unutulan Ekmekler: Çorum Pazar Ekmeği Örneği Öğr. Gör. Ahmet Can GÖKSUN, Doç. Dr. Ali İzzet YILMAZ	162-163
UGTAK102	Yapay Zekâ ile Gastronomik Deneyimde Duyguların Geleceği: TURK Fatih Tutak Örneğinde Zaman Serisi Temelli Tahminsel Bir Yaklaşım Dr. Öğr. Üyesi Yusuf BAYRAKTAR	164

	BİLDİRİLER (devam)	
UGTAK103	Malatya Kayısının Gastronomi Turizmi Açısından Yeri ve Önemi: Kayısı Rotası Önerisi Lisansüstü Öğrenci Asena ÇİÇEK, Doç. Dr. Turgay BUCAK	165-166
UGTAK104	Gastrodiplomasi: Sistemik Bir Literatür Taraması Lisansüstü Öğrenci Neslihan BAĞLAR, Doç. Dr. Ümmühan BAYRAM	167
UGTAK105	Pastacılık Eğitiminde Dijital Oyunlaştırma Aracının Kullanımı: Kahoot! Prof. Dr. Menekşe CÖMERT, Arş. Gör. Dr. Esra KANOĞLU	168-169
UGTAK106	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Hatay Yöresel Lezzetlerine Yönelik Algıları: Nitel Bir İnceleme Doç. Dr. Sait DOĞAN, Öğr. Gör. Enes GÜRHANİ	170-171
UGTAK107	Dünyada Popüler Bazı Artizan Peynirler: Üretim Teknikleri ve Gastronomideki Önemi Öğrenci Kubilay Samet OĞRAŞ, Dr. Öğr. Üyesi Zerrin YÜKSEL	172
UGTAK108 Çevrimiçi	Peynir Üretiminde Bitkisel Koagülantların Kullanımı Öğrenci Tarık KOMŞULAR, Dr. Öğr. Üyesi Zerrin YÜKSEL	173-174
UGTAK109 Çevrimiçi	Gastronomi Eğitiminde Bitki Bazlı Mutfak Uygulamaları: Türk Mutfağında Uygulanabilirliği Bakımından Öğrenci Algıları Lisansüstü Öğrenci Belgin BULGAN, Dr. Öğr. Üyesi Özer ÖZAYDIN	175-176
UGTAK111	Karadeniz Bölgesi'nde Kadın Kooperatiflerinin Gastronomi Temelli Kalkınmaya Etkisi Dr. Öğr. Üyesi Batuhan ÖZTÜRK, Öğr. Gör. Mesut Mehmet DEMİREL	177-178
UGTAK112	Karadeniz Arkeolojisinde Mutfak Kültürünün İzleri ve 21. Yüzyıla Yansımaları Dr. Öğr. Üyesi Batuhan ÖZTÜRK	179-180
UGTAK113	Gastronominin Medya Temsili Bağlamında Analizi: "Muhteşem Yüzyıl" ve "Saraydaki Mücevher" Dizileri Üzerinden Karşılaştırma Lisansüstü Öğrenci Yasemin CAN, Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY	181-182
UGTAK114	Sürdürülebilir Restoranlar Etik Hassasiyet Mi, Sosyal İmaj Mı? Prof. Dr. Burak MİL, Arş. Gör. Rabia Nur AŞAN, Arş. Gör. Yeliz BAYLAN	183-184
UGTAK115	Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerinde Artizan Ürün İncelemesi: Bursa Örneği Öğrenci Selin ÖZTÜRK, Doç. Dr. Merve ÖZGÜR GÖDE	185-186
UGTAK116 Çevrimiçi	Ötantik Yiyecek Üzerine Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi: Web of Science Üzerinde Bir Araştırma Dr. Öğr. Üyesi Betül ÇETİN	187
UGTAK117	Yenilebilir Böceklerin Tüketiciler Üzerindeki Algı Düzeyi Öğrenci Aras Can TETİK, Doç. Dr. Tolga AKCAN	188-189
UGTAK118 Çevrimiçi	Gastronomik Bir Değer "Gelincik Çiçeği Şerbeti" Prof. Dr. Nilgün H. BUDAK, Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA	190-191
UGTAK119	Doğal Afetlerde Gıda Tedarik Zinciri: 1950-2025 Yılları Arasında Ölüm Oranı En Yüksek 3 Doğal Afet Vakası Üzerine Bir Derleme Çalışması Uzman Ülkü BİLENYİL, Doç. Dr. Turgay BUCAK	192-193
UGTAK122	Demografik Değişkenlere Göre Atmosfer Algısı: Coffee Shop Örneği Arş. Gör. Bahar Sena YILMAZ, Doç. Dr. Aydan BEKAR, Prof. Dr. Burhan KILIÇ	194-195
UGTAK123	Türkiye'deki Michelin Yıldızlı Restoranlara Yönelik Olumsuz Kullanıcı Yorumlarının İçerik Analizi: Tripadvisor Örneği Prof. Dr. Rahman TEMİZKAN, Arş. Gör. Doğanhan EROĞLU	196-197
UGTAK124	Geleceğin Sofrası: Yapay Zeka Destekli Yaratıcı Gastronomi Yaklaşımları Üzerine Kavramsal Bir İnceleme Öğr. Gör. HANDAN HAMARAT, Dr. Öğr. Üyesi Nevruz Berna TATLISU, Doç. Dr. CEYHUN UÇUK	198-199
UGTAK125	Bir Zanaatkarın Sofrası: Artizan Yemekler Öğr. Gör. Handan HAMARAT, Öğr. Gör. Ayşe KOÇ APUHAN	200

	BİLDİRİLER (devam)	
UGTAK126 Çevrimiçi	Boza, Herle ve Kuşburnu Marmeladından Dondurma Yapmak: Bir Duyusal Analiz Çalışması Doç. Dr. Savaş EVREN, Lisansüstü Öğrenci Zeynep Cansu ARSLAN	201
UGTAK128 Çevrimiçi	Türk Mutfağı Geleneksel Yemeklerinin 3B Gıda Baskısına Uygunluk Açısından Değerlendirilmesi Arş. Gör. Özge ÇAYLAK DÖNMEZ	202
UGTAK129	Gastronomide Bulut Mutfak Çalışmaları: Sistematik Literatür İncelemesi Prof. Dr. Duran CANKÜL, Dr. Işıl CANKÜL, Arş. Gör. Doğuhan EROĞLU	203-204
UGTAK130	Rize’de Faaliyet Gösteren Restoran İşletmelerine Yönelik Tripadvisor’da Yer Alan Yorumların İncelenmesi Lisansüstü Öğrenci Berkan EREN, Öğr. Gör. Dr. Turgut TÜRKOĞLU	205-206
UGTAK131	Malatya İlinde Faaliyet Gösteren Restoran İşletmelerine Yönelik Çevrimiçi Yorumların İncelenmesi Öğr. Gör. Dr. Turgut TÜRKOĞLU, Arş. Gör. Nurullah KART, Doç. Dr. İsa YAYLA	207-208
UGTAK132	Savaş Yıllarında Ekmek Üzerinden Toplumsal Hafıza: II. Dünya Savaşı Dönemi Gazete Söylemleri Öğr. Gör. Berre Zeynep UÇAN KAYAALP, Prof. Dr. Düriye BOZOK	209-210
UGTAK133 Çevrimiçi	Dikey Tarıma İlişkin Yapılan Uygulamalar Açısından Karşılaştırmalı Bir İnceleme Arş. Gör. Emre SAMANCIOĞLU, Prof. Dr. Emrah ÖZKUL	211
UGTAK134	Restoran Derecelendirme Sistemlerinin Karşılaştırmalı Analizi Doç. Dr. Ersan EROL, Arş. Gör. Eren YALÇIN	212-213
UGTAK135	Farklı Süt ve Şeker Türleri Kullanılarak Geliştirilen İrmik Helvalarının Duyusal Özellikleri ve Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi Dr. Öğr.Üyesi. Hatice KAVUNCUOĞLU, Öğr. Gör. Dr. Vedat KAYIŞ, Öğr. Gör. Atif AKKİL	214-215
UGTAK137 Çevrimiçi	Yetişkin Bireylerin Toplu Beslenme Hizmeti Aldıkları Mekân ve Yemek Tercihlerini Etkileyen Faktörler Diyetisyen Çiğdem AK, Doç. Dr. Dilek ONGAN, Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Nur SONGÜR BOZDA	216-217
UGTAK138	Gastronomide Dijitalleşmenin Mutfağa Etkileri: Bir Literatür Taraması Dr. Öğr. Üyesi Seda Nur KESKİN, Doç. Dr. İbrahim İLHAN, Doç. Dr. Cevat ERCİK	218-219
UGTAK141 Çevrimiçi	Gastronomi ve İnovasyon: Afyon Lokumu Üzerine Duyusal Bir Değerlendirme Lisansüstü Öğrenci Elif ÇİĞİLTEPE, Dr. Öğr. Üyesi Tuğba DEDEBAŞ, Dr. Öğr. Üyesi Asilhan Semih MUTLU	220-221
UGTAK143	Dijital Çağda Mutfak Kişiliği: İstanbul’daki Michelin Yıldızlı Şeflerin Dijital Temsilleri Prof. Dr. Saadet Pınar TEMİZKAN, Öğr. Gör. Batuhan AKTEPE	222
UGTAK145 Çevrimiçi	Gastronomide Sağlık Trendleri: Fonksiyonel Gıda İçeren Menülerin Diyetetik Açidan Değerlendirilmesi Arş. Gör. Dr. Ayşe Gökçe ALP	223-224
UGTAK148	Ankara Şehirlerarası Otobüs Terminalinde (AŞTİ) Yer Alan Gıda İşletmelerinin Atık Yönetimi Uygulamaları Lisansüstü Öğrenci Yılmaz SAMİ TOKER, Prof. Dr. Semra AKAR ŞAHİNGÖZ	225
UGTAK149	Yemek Kültürünün Görünmeyen Yüzü: Türklerde Entomofajiye Dair Kavramsal Bir Yaklaşım Lisansüstü Öğrenci Hasan Samet TANDOĞAN, Doç. Dr. Mehmet Sedat İPAR	226-227
UGTAK150 Çevrimiçi	Tarsus Mutfağının Sosyal Medyadaki Yansımaları: YouTube İçeriklerinin Analizi Doç. Dr. Savaş EVREN, Dr. Öğr. Üyesi Emine ŞİMŞEK EVREN	228-229

	BİLDİRİLER (devam)	
UGTAK151	Slow Food Kavramının Metaforik Algıları: Analitik Bir Yaklaşım Doç. Dr. Adem ADEMOĞLU	230
UGTAK152 Çevrimiçi	İstanbul'daki Restoran İşletmelerinde Sürdürülebilirlik: Menü İncelemesi Lisansüstü Öğrenci Merve BAŞAR DEĞER, Öğrenci Yiğit Efe YETKİN	231-232
UGTAK154 Çevrimiçi	Türk Mutfağında Markalaşma Önerisi: Coğrafi İşaretli Menü Kullanımı Doç. Dr. Salih Zeki ŞAHİN	233-234
UGTAK155	Seyahat Kariyer Modeli Bağlamında Turistlerin Yiyecek Tüketim Davranışlarının İncelenmesi: Belirsizlik Azaltılma Teorisi Bağlamında Bir İnceleme Arş. Gör. Dr. Hatice KARAKAŞ, Arş. Gör. Cansu Ece ÖNER	235-236
UGTAK157 Çevrimiçi	Bulut Mutfaklar ve Tüketici Algısı: Dijitalleşen Yeme İçme Kültürüne Kavramsal Bir Bakış Lisansüstü Öğrenci Onur UYSAL, Doç. Dr. Tolga AKCAN	237-238
UGTAK158	Japonya Uzay Gıdalarının Acil Durum ve Afet Gıdası Olarak Besinsel Açidan İncelenmesi Lisansüstü Öğrenci Berkan EREN, Doç. Dr. Eda GÜNEŞ	239-240
UGTAK159	Turizm Mutfak Departmanı Çalışanlarının Akademik Seviyelerinin Ücretleme ve Pozisyonlama Açısından Değerlendirilmesi Lisansüstü Öğrenci İrem Zeliha TAVUS, Doç. Dr. Alper KURNAZ	241-242
UGTAK163	The Impact of Influencers on the Food and Beverage Industry Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÜLKER, Bağımsız Araştırmacı İlayda Ece ÖZDEMİR	243-244
UGTAK164 Çevrimiçi	Anadolu'dan Dünyaya Yayılan Gastronomik Bir Miras: Salep Dr. Öğr. Üyesi Berrin ONURLAR	245
UGTAK165	Nostaljik Tatların Dijital Temsili: ETİ Markası Üzerinden Gastronomi Belleği ve Retro Pazarlama Öğr. Gör. Doğu Can GÜLER, Dr. Öğr. Üyesi Cesim BEHREMEN	246
UGTAK166 Çevrimiçi	Gastronomide Mesruiyetin İki Yüzü: Michelin Yıldızlı Restoranlarda Uzman Otorite ve Tüketici Söyleminin Kesişimi Arş. Gör. Batuhan GÜRS, Arş. Gör. Feridun AYDINLI	247-248
UGTAK168	Türkiye'de Göçmenlerin Yemek Pratikleri Üzerine Nitel Bir İnceleme Arş. Gör. İsmahan Nur ÜSTÜNDAĞ, Doç. Dr. Ferhan BALCI TORUN	249-250
UGTAK169 Çevrimiçi	Kore Budist Tapınak Mutfağında Yemeğin Ritüel ve Duyusal Boyutları Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ, Dr. Öğr. Üyesi Seda OYAN	251
UGTAK170	Coğrafi İşaretli Yöresel Yemeklerin Besin Ögesi İçeriğinin Sağlık Açısından Değerlendirilmesi Lisansüstü Öğrenci Özgür HAYKIR, Prof. Dr. Serkan ŞENGÜL	252-253
UGTAK171	Modern Mutfak Uygulamaları Yöresel Mutfak Mirasımız İçin Bir Fırsat Mı Tehdit Mi? Michelin Yıldızlı Neolokal Örneği Doç. Dr. Ozan GÜLER, Lisansüstü Öğrenci Dila ŞAHİNGÖK, Lisansüstü Öğrenci Meryem GÜP, Lisansüstü Öğrenci Nurgül SARILIR, Lisansüstü Öğrenci Gizem YAVUZ	254-255
UGTAK172	Gastronomik Sağlık Bakımından Artvin-Ardanuç Yöresindeki Tıbbi Aromatik Bitkilerin Değerlendirilmesi Dr. Öğr. Üyesi Zehra BULUT, Öğr. Gör. Zeynep Ece ALTUNTAŞ	256
UGTAK173	Kahve Atıklarının Yeniden Ürüne Dönüştürülmesi: Sıfır Atık Yaklaşımıyla Nitel Bir İnceleme Bilim Uzmanı Furkan TAŞPINAR, Doç. Dr. Merve ÖZGÜR GÖDE	257-258
UGTAK174	Menü Mühendisliği Literatürüne Sistemik Bir Bakış: Tematik ve Metodolojik Eğilimlerin Analizi Arş. Gör. Doğuhan EROĞLU, Doç. Dr. Merve ÖZGÜR GÖDE	259-260
UGTAK175	Gastronomide Cam Tavan: Gault & Millau Tarafından Derecelendirilen Türkiye'deki Restoranlarda Çalışan Kadın Şef Sayısı Üzerine Bir Doküman Analizi Arş. Gör. Berna AYDIN, Doç. Dr. Turgay BUCAK	261-262

	BİLDİRİLER (devam)	
UGTAK178 Çevrimiçi	Karadeniz Bölgesi Gastronomisinde Coğrafi İşaret Tescilli Ekmekler Üzerine Bir Değerlendirme Dr. Öğr. Üyesi Sedat TAŞ, Lisans Öğrenci Edanur KOCAGÖZ	263
UGTAK179	Gastronomi Turizminde Stratejik Yönelimler: Gastronomi Turizmi Strateji Kılavuzu Örneği ve PESTLE Analizi Yaklaşımı Dr. Öğr. Üyesi Zühal AKSAKALLI BAYRAKTAR	264
UGTAK180	Sürdürülebilir Gastronomide Topraksız Tarımın Yeri: Michelin Rehberi Restoranları Üzerine Bir İnceleme Lisansüstü Öğrenci Oğuzhan KARAĞAÇ, Doç. Dr. Sema EKİNCEK	265-266
UGTAK181	Fonksiyonel Gıdalar Alanında Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi Lisansüstü Öğrenci Beyzanur DEMİR, Doç. Dr. Nihan YARMAÇI GÜVENÇ	267-268
UGTAK182	Türk Mutfak Kültüründe Tandır Kebabı: Çorum’da Nitel Bir Araştırma Doç. Dr. Ali İzzet YILMAZ, Gökçe BALCI UYSAL	269-270
UGTAK184 Çevrimiçi	Gastronomi Destinasyonlarının Marka İmajının Negatif Açidan İncelenmesi Öğr. Gör. Ekin AKBULUT	271-272
UGTAK185 Çevrimiçi	Kahve ve Müzik İlişkisine Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz Öğr. Gör. Dr. Hilal ÖZ, Dr. Öğr. Üyesi Mehmet BEYAZGÜL	273-274
UGTAK186	Destinasyon Pazarlaması Açısından Festival Etkinliklerinin Değerlendirilmesi: Yerel Halkın Algısı ile Samsun Ot Festivali Örneği Lisansüstü Öğrenci Muhammed Melik BAYAM, Arş. Gör. Gökhan ERŞEN, Prof. Dr. Yetkin BULUT	275-276
UGTAK187 Çevrimiçi	Sosyal Medyanın Yeme Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisi Arş. Gör. Burakhan POLAT, Dr. Öğr. Üyesi Esat ÖZATA	277
UGTAK188 Çevrimiçi	Üçüncü Dalga Kahve İşletmelerinde Yetenek Yönetimi Uygulamalarının İncelenmesi Lisansüstü Öğrenci Kübra ŞENGÜL, Lisansüstü Öğrenci Merve ÇAVUŞ, Prof. Dr. Lütfi BUYRUK	278
UGTAK189	Kayseri Örneğinde Yerel Gastronomi Turizminin Sürdürülebilirliğine Yönelik Bir Değerlendirme Lisansüstü Öğrenci Rana Nur DEMİR, Dr. Öğr. Üyesi Mine ERDEM BÜYÜKKİRAZ	279
UGTAK190	Samsun Ot Yemekleri Festivaline Katılan Ziyaretçilerin Memnuniyet Düzeyinin Değerlendirilmesi Lisansüstü Öğrenci Berivan GEZMİŞ, Arş. Gör. Gökhan ERŞEN, Prof. Dr. Yetkin BULUT	280-281
UGTAK193	Yetişkin Bireylerde Tatlı Bağımlılığı ve Tatlı Tercihleri Doç. Dr. Ozan GÜLER, Lisansüstü Öğrenci Oğuzhan TOPAL, Lisansüstü Öğrenci Nuri Anıl MAZLUM, Lisansüstü Öğrenci Armağan Berkay FİLİZ, Lisansüstü Öğrenci Elif EDE	282-283
UGTAK194 Çevrimiçi	Mevlevi Mutfak Felsefesinin Yerel Halkın Yemek Kültüründeki Yeri: Konya Örneği Bilim Uzmanı Betül ARSLAN, Doç. Dr. Osman ÇAVUŞ	284
UGTAK195	Türkiye’deki Vegan Restoranların İncelenmesi: Tripadvisor ve Google Yorumlar Üzerinden Bir Analiz Lisansüstü Öğrenci Berna KOÇ DEMİREL, Lisansüstü Öğrenci Esra DERE, Lisansüstü Öğrenci Menduha Gül SUGÖZÜ, Doç. Dr. Mehmet Sedat İPAR	285-286
UGTAK196	Bulut Mutfakların Yükselişi ve Geleceği: Genel Bir İnceleme Öğr. Gör. Haydar ŞAHİN, Öğr. Gör. Tuğba BEYAZKAYA	287-288
UGTAK198	Yemek Kültürü, Göç ve Türk-Yunan İlişkileri: “Bir Tutam Baharat” Filminin Göstergibilimsel Analizi Dr. Öğr. Üyesi Tuba ALDEMİR, Öğr. Gör. Berre Zeynep UÇAN KAYAALP, Öğr. Gör. Aysu Azra KARAKURT	289-290

	BİLDİRİLER (devam)	
UGTAK199	Gastronomide Yapay Zekâ Destekli Ürün Geliştirme Örneği: Glutensiz Kraker Lisansüstü Öğrenci Beyda OKUR, Doç. Dr. Sema EKİNCEK	291-292
UGTAK200	Gıda Atıklarının Fonksiyonel Gıdaya Dönüştürülmesi: Üzüm Posası Kapsülleriyle Zenginleştirilmiş Kurabiyelerin Biyoaktivite ve Duyusal Özelliklerinin İncelenmesi Öğr. Gör. Dr. Yasemin İNCEGÜL, Dr. Öğr. Üyesi Serap BERKTAş, Prof. Dr. Mustafa ÇAM	293-294
UGTAK201	Geleneksel Mutfak Anlayışını Yeniden şekillendiren İnovasyonlar Üzerine Bir Araştırma Dr. Öğr. Üyesi Fatma KOÇ, Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU	295-296
UGTAK202	Kültürel Aktarım ve Aidiyet Sembolü Olarak Yemek Dr. Öğr. Üyesi Elif Esma KARAMAN TAşKESENLİGİL, Dr. Öğr. Üyesi Fatma KOÇ	297-298

Restoran Ön Saf Çalışanlarında Aşırı Rol Yüğü, İş Stresi, Duygusal Tükenmişlik ve İşe Yabancılaşmayı Anlamak

Doç. Dr. Ülker CAN

Batman Üniversitesi, Hasankeyf Meslek Yüksekokulu, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
ulker.can@batman.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8244-5190

Bağımsız Araştırmacı, Dr. Miray KILIÇALP

mryonal@gmail.com
ORCID: 0000-0002-5200-9256

Özet

Bu çalışma, restoran endüstrisinde ön saflarda görev yapan çalışanların maruz kaldıkları aşırı rol yükü, iş stresi, duygusal tükenmişlik ve işe yabancılaşma düzeyleri arasındaki ilişkileri analiz etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma, işle ilgili özelliklerin restoran ön safha çalışanlarının davranış ve tutumlarını nasıl etkileyebileceğine odaklanmaktadır. Araştırma, Türkiye'nin güneydoğu bölgesindeki bir şehirde bulunan 40 adet günlük yemek (casual dining) restoranlarında yapılan anketlerle yürütülmüştür. Araştırma bulguları, rol aşırılığı ile iş stresi arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, iş stresi çalışanların duygusal tükenmişlik düzeyleriyle ve işe yabancılaşma eğilimleriyle anlamlı şekilde ilişkilidir. Bununla birlikte, rol aşırılığının hem duygusal tükenmişlik hem de işe yabancılaşma ile doğrudan ilişkili olduğu belirlenmiştir. Yapılan aracılık analizleri ise, iş stresinin aşırı rol yükü ile duygusal tükenmişlik ve işe yabancılaşma arasındaki ilişkide kısmi bir aracılık işlevi gördüğünü ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Restoran çalışanları, aşırı rol yükü, iş stresi, duygusal tükenmişlik, işe yabancılaşma

Understanding Restaurant Frontline Employees' Role Overload, Job Stress, Emotional Exhaustion and Work Alienation

Abstract

This study was conducted to analyze the relationships between role overload, job stress, emotional exhaustion, and work alienation among frontline employees in the restaurant industry. This study focuses on how job-related characteristics can affect the behavior and attitudes of restaurant frontline employees. Surveys were carried out at 40 casual dining restaurants in a city in the southeastern region of Türkiye. The findings of the study revealed a significant relationship between role overload and job stress. Additionally, job stress was found to be significantly associated with both emotional exhaustion and work alienation among employees. Furthermore, role overload was directly related to both emotional exhaustion and work alienation. Mediation analyses indicated that job stress partially mediated the relationship between role overload and both emotional exhaustion and work alienation.

Keywords: Restaurant employees, role overload, job stress, emotional exhaustion, work alienation

Televizyon ve Medyanın şef Algısına Etkisi

Öğr. Gör. Mehmet ÖZDAMAR

Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Kadirli Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri
Bölümü, Aşçılık Programı
mehmetozdamar@osmaniye.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6110-3765

Özet

Bu çalışma, televizyon ve sosyal medyanın şef algısı üzerindeki etkilerini nitel bir yaklaşımla incelemektedir. Araştırma kapsamında 10 profesyonel mutfak şefi ile yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler içerik ve tematik analize tabi tutulmuştur. Bulgular beş ana tema altında toplanmıştır: Medyanın şef algısı üzerindeki yanıltıcı etkisi, medya görünürlüğünün kariyer üzerindeki etkileri, yemek programlarının mesleğe olan ilgiye etkisi, sosyal medyanın gastronomi trendlerine etkisi ve gelecekte medya-şef ilişkisinin evrimi. Araştırma sonuçları, medyada gösterilen şef imajının gerçek mutfak yaşamından önemli ölçüde farklılaştığını ve bu durumun mesleğe yeni başlayanlar için gerçekçi olmayan beklentiler yarattığını ortaya koymaktadır. Medya görünürlüğü şeflere önemli kariyer fırsatları sunmakla birlikte, kalıcı başarı için tek başına yeterli olmamaktadır. Sosyal medya, gastronomi trendlerini şekillendirirken bir yandan yaratıcılığı teşvik etmekte, diğer yandan görselliğe aşırı odaklanma riskini beraberinde getirmektedir. Gelecekte şef mesleğinin sadece mutfak becerileri değil, aynı zamanda medya ve iletişim becerileri de gerektiren bir yöne evrileceği öngörülmektedir. Bu değişim sürecinde, özgünlük ve otantikliğin korunması, şeflerin kalıcı başarısı için kritik öneme sahip olacaktır.

Anahtar Kelimeler: şef algısı, Gastronomi, Medya temsili, Yemek programları, Sosyal medya

The Effect of Television and Media on Chef Perception

Abstract

This study examines the effects of television and social media on chef perception through a qualitative approach. Semi-structured interviews were conducted with 10 professional kitchen chefs, and the data obtained were subjected to content and thematic analysis. The findings are grouped under five main themes: misleading effects of media on chef perception, career impacts of media visibility, influence of cooking shows on interest in the profession, effects of social media on gastronomic trends, and the evolution of media-chef relationship in the future. Research results reveal that the chef image portrayed in media differs significantly from real kitchen life, creating unrealistic expectations for newcomers to the profession. While media visibility offers important career opportunities for chefs, it is not sufficient alone for lasting success. Social media shapes gastronomic trends, encouraging creativity on one hand while rising excessive focus on visuals on the other. In the future, the chef profession is expected to evolve toward requiring not only culinary skills but also media and communication abilities. In this process of change, preserving originality and authenticity will be critical for chefs' lasting success.

Keywords: Chef perception, Gastronomy, Media representation, Cooking shows, Social media

Michelin Yıldızlı Restoranların Destinasyon İmajına Katkısı: Urla Örneği

Öğr. Gör. Mehmet ÖZDAMAR

Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Kadirli Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri
Bölümü, Aşçılık Programı
mehmetozdamar@osmaniye.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6110-3765

Özet

Bu çalışma, Michelin yıldızlı restoranların destinasyon imajına katkısını Urla örneği üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Gastronomi turizminin artan önemi ve Michelin rehberinin Türkiye'ye gelmesiyle birlikte, Urla'nın gastronomi potansiyelinin değerlendirilmesi önem kazanmıştır. Araştırmada, Urla'daki Michelin rehberinde yer alan restoranlarda yemek yemiş ve özellikle bu deneyim için Urla'ya gelmiş 398 ziyaretçi ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırma sonuçları, Michelin yıldızlı restoranların Urla'nın destinasyon imajını olumlu yönde etkilediğini ($R^2=0,483$), ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme niyetini artırdığını ($R^2=0,601$), gastronomi turizmi potansiyelini güçlendirdiğini ($R^2=0,433$) ve ziyaretçilerin genel memnuniyetini olumlu yönde etkilediğini ($R^2=0,550$) göstermiştir. Demografik bulgular, ziyaretçilerin çoğunlukla yüksek eğitim ve gelir düzeyine sahip olduğunu ve önemli bir kısmının (%42,2) Urla'yı ilk kez ziyaret ettiğini ortaya koymuştur. Bu sonuçlar, Michelin yıldızlı restoranların bir destinasyonun imajını, çekiciliğini ve rekabet gücünü artırmada stratejik bir rol oynadığını göstermektedir. Çalışma, gastronomi turizminin geliştirilmesi ve destinasyon imajının güçlendirilmesi konusunda destinasyon yöneticilerine, restoran işletmecilerine ve turizm paydaşlarına önemli öneriler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, Michelin Yıldızlı restoranlar, destinasyon imajı, Urla, ziyaretçi memnuniyeti.

The Contribution of Michelin-Starred Restaurants to Destination Image: The Case of Urla

Abstract

This study aims to examine the contribution of Michelin-starred restaurants to destination image through the case of Urla. With the increasing importance of gastronomy tourism and the arrival of the Michelin Guide in Türkiye, evaluating Urla's gastronomic potential has gained significance. The research conducted a survey with 398 visitors who dined at restaurants listed in the Michelin Guide in Urla and specifically came to Urla for this experience. The study employed a correlational survey model from quantitative research methods. Research results showed that Michelin-starred restaurants positively affect Urla's destination image ($R^2=0.483$), increase visitors' intention to revisit ($R^2=0.601$), strengthen gastronomy tourism potential ($R^2=0.433$), and positively influence visitors' overall satisfaction ($R^2=0.550$). Demographic findings revealed that visitors mostly have high education and income levels, and a significant portion (42.2%) were visiting Urla for the first time. These results demonstrate that Michelin-starred restaurants play a strategic role in enhancing a destination's image, attractiveness, and competitive advantage. The study offers important recommendations to destination managers, restaurant operators, and tourism stakeholders regarding the development of gastronomy tourism and strengthening destination image.

Keywords: Gastronomy tourism, Michelin-Starred restaurants, destination image, Urla, visitor satisfaction.

Osmanlı İmparatorluğu Bahecilik Kültürünün Avrupa zerindeki Etkileri

Öğr. Gör. Servet Kazım GÜNEY

Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mtfak Sanatları
Bölümü
servetkguney@gmail.com
ORCID: 0000-0002-1948-4223

zet

Bu derleme makalesi Osmanlı İmparatorluğu bahçecilik kültürünün Avrupa zerindeki etkilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu sayede kültürler arası etkileşimlerin gastronomi başta olmak üzere yarattığı değişimlerin daha iyi anlaşılabileceği değerlendirilmektedir. Osmanlı İmparatorluğu'nun, 13. yüzyılın sonlarından 20. yüzyılın başlarına kadar Avrupa baheciliğini bitki tanıtımları, bahçe estetiği ve tarımsal uygulamalar yoluyla önemli ölçüde etkilemiştir. Osmanlılar turunçgiller (portakal, limon, misket limonu), kayısı, karpuz, kantalup kavunu, baharat ve lale gibi yeni bitki türlerini tanıtarak Avrupa bahçelerini zenginleştirmiş ve mutfak uygulamalarını dönüştürmüştür. Simetri, su özellikleri ve çeşitli bitki düzenlemeleriyle karakterize edilen Osmanlı bahçe tasarımları, Avrupa peyzaj tasarımını etkilemiştir. Topkapı Sarayı bahçelerinde belirgin olan bu ilkeler, Avrupa'da, özellikle de 14. Louis döneminde Fransa'da resmi bahçe tasarımlarına ilham vermiştir. Avrupalı bahivanlar Osmanlı tasarımlarındaki unsurları benimsedikçe eşme ve havuzların kullanımı daha da yaygınlaşmıştır. Osmanlı İmparatorluğu'nun gelişmiş sulama teknikleri ve ürün rotasyon yöntemleri de Avrupa tarımını etkilemiştir. İmparatorluk hayati ticaret yollarını kontrol ederek Avrupa ve Asya arasında tarımsal ürün ve bilgi alışverişini kolaylaştırmıştır. Bu etkileşim, Avrupalı iftilerin Osmanlı ticaret ağları aracılığıyla getirilen yeni ürünlere yönelik artan talebi karşılamaya çalışmasıyla tarımsal verimliliği artırmıştır. Bu alışverişin sadece Avrupa tarımını çeşitlendirmekle kalmadığı, aynı zamanda tarım tekniklerindeki ilerlemelere de katkıda bulunduğu değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı İmparatorluğu, gastronomi, bahçecilik, ticaret, kültür.

The Impact of Ottoman Empire Gardening Culture on Europe

Abstract

This review article aims to reveal the effects of the horticultural of the Ottoman Empire on Europe. In this way, it is evaluated that this will lead to a better understanding of the changes brought about by intercultural interactions, particularly in gastronomy. The Ottoman Empire significantly influenced European horticulture from the late 13th to the early 20th centuries through plant introductions, garden aesthetics, and agricultural practices. The Ottomans enriched European gardens and transformed culinary practices by introducing new plant species such as citrus fruits (orange, lemon, lime), apricot, watermelon, cantaloupe melon, spices and tulips. Ottoman garden designs, characterized by symmetry, water features and diverse plant arrangements, influenced European landscape design. These principles, evident in the gardens of Topkapı Palace, inspired formal garden design in Europe, especially in France during the reign of Louis XIV. As European gardeners adopted elements of Ottoman designs, the use of fountains and pools became more common. The Ottoman Empire's advanced irrigation techniques and crop rotation methods also influenced European agriculture. The empire facilitated the exchange of agricultural products and knowledge

between Europe and Asia by controlling vital trade routes. This interaction increased agricultural productivity as European farmers sought to meet the growing demand for new crops brought in through Ottoman trade networks. This exchange not only diversified European agriculture, but also contributed to advances in agricultural techniques.

Keywords: Ottoman Empire, gastronomy, horticulture, trade, culture.

Paylaşım Ekonomisine Dayalı Yemek Turlarında Katılımcı Deneyimlerinin İncelenmesi: İstanbul Örneği

Dr. Öğr. Üyesi Emre AKOĞUL

Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
emre.akogul@atauni.edu.tr
ORCID: 0000-0002-3427-3977

Özet

Bu çalışma, paylaşım ekonomisi temelli yemek turlarına katılan turistlerin gastronomik deneyimlerini derinlemesine incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın temel amacı, İstanbul'daki dijital yemek paylaşım platformları üzerinden düzenlenen yemek turlarında, turistlerin gastronomi odaklı deneyimlerine ilişkin çevrimiçi yorumları analiz ederek deneyim bileşenlerini ortaya koymaktır. Veriler, Withlocals platformunda İstanbul'da gerçekleşen üç farklı turdan toplanan toplam 1284 kullanıcı yorumundan elde edilmiştir. Araştırma nitel bir desende tasarlanmış ve Corbin and Strauss (2008)'un içerik analizi yaklaşımı çerçevesinde açık, ekse- nel ve seçici kodlama aşamaları izlenerek analiz gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda beş ana tema belirlenmiştir: Yemek kalitesi ve yiyecek çeşitliliği, deneyimin özgünlüğü, rehberin kişisel özellikleri, yerel kültür ve genel memnuniyet. Katılımcıların özellikle deneyimin otantik yapısı, rehberin bilgisi ve yaklaşımı, yerel lezzetlerin kalitesi gibi gastronomik deneyimin kritik unsurlarına yoğun vurgu yaptığı tespit edilmiştir. Araştırma, yiyecek temelli turizm bağlamında yerel aktörlerin gastronomik deneyim tasarımında önemli bir rol üstlendiklerini ve dijital platformlardaki kullanıcı yorumlarının, gastronomik turistik ürünlerin geliştirilmesine yönelik süreçlerde değerli bir veri kaynağı oluşturduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yemek paylaşım ekonomisi, gastronomik deneyim, İstanbul.

Investigation of Participant Experiences in Sharing Economy Based Food Tours: The Case of İstanbul

Abstract

This study was conducted to examine in-depth the gastronomic experiences of tourists participating in sharing economy-based food tours. The main focus of the research is to reveal the experience components by analyzing online comments on tourists' gastronomy-oriented experiences on food tours organized through digital food sharing platforms in İstanbul. The data was obtained from a total of 1284 user comments collected from three different tours in İstanbul on the Withlocals platform. The research was designed in a qualitative design and analyzed by following the open, axial and selective coding stages within the framework of Strauss and Corbin's (1990) content analysis approach. As a result of the analysis, five main themes were identified: Food quality and food variety, authenticity of the experience, personal characteristics of the guide, local culture and overall satisfaction. It was found that the participants particularly emphasized the critical elements of the gastronomic experience such as the authenticity of the experience, the knowledge and approach of the guide, and the quality of local flavors. The research reveals that local actors play an important role in the design of gastronomic experiences in the context of food-based tourism and that user comments on digital platforms constitute a valuable data source in the processes for the development of gastronomic touristic products.

Keywords: Food sharing economy, food tour experience, İstanbul.

Mutfaktaki Gıda Atığını Azaltmak için Reetelerde Evsel Atıklarının Kullanılması ile rn Geliştirme ve Duyusal Analizleri

ğr. Gr. Aylin DOĞANER

İstinye Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
aylincdoganer@gmail.com
ORCID: 0000-0003-3983-9631

Doç. Dr. İlkey YILMAZ

Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ilkayyilmaz@baskent.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5938-3112

zet

Mutfaklar, günlük yaşamda en fazla gıda atığının oluştuğu alanların başında gelmektedir. Sebzelerin kabukları, sapları, meyve çekirdekleri ve tüketilmeyen yemek artıkları, genellikle atık olarak değerlendirilip çöpe atılmaktadır. Ancak bu atıkların doğru yöntemlerle işlenerek yeniden değerlendirilebilmesi, hem çevresel sürdürülebilirlik açısından hem de ekonomik ve besleyici değerlerin korunması bakımından oldukça önemlidir. Bu çalışmanın temel amacı, mutfakta oluşan gıda atıklarının geri dönüştürülerek yenilebilir, besleyici ve duyusal olarak kabul edilebilir yeni ürünlere dönüştürülmesini sağlamaktır. Böylece hem israfın önüne geçilmesi hem de atıkların işlevsel hale getirilmesi hedeflenmiştir. Çalışma kapsamında, sebzelerin kabukları ve sapları gibi genellikle atık olarak değerlendirilen kısımları ile yenmeyen yemek artıkları kullanılarak toplam 11 farklı gıda ürünü geliştirilmiştir. Bu rnlerin her biri için duyusal analizler yapılmış, gönüllü bireyler tarafından tat, koku, görünüm ve genel beğeni açısından değerlendirilmiştir. Aynı zamanda her ürünün porsiyon bazında kalori hesaplamaları yapılmıştır. Duyusal analiz sonuçlarına göre, atıklardan üretilen yiyecekler arasında kurabiye en çok beğenilen ürün olmuştur. Katılımcılar tarafından en az beğenilen ürün ise salça olarak belirlenmiştir. Kalori hesaplamaları sonucunda, ayva kabuklarından yapılan kek en yüksek porsiyon kalori değerine sahipken, domates kabuklarından yapılan salça en düşük kalorili ürün olmuştur. Bu alışma ile mutfak kaynaklı gıda atıklarının değerlendirilerek işlevsel ürünlere dönüştürülebileceği ortaya konmuştur. Hem sürdürülebilir gıda tüketimi açısından hem de bireylerin farkındalık düzeyini artırmak adına önemli bir katkı sağlanmıştır. Elde edilen ürünlerin kabul edilebilir düzeyde beğenilmesi, gıda atıklarının lezzetli ve besleyici alternatiflere dönüştürülebileceğini göstermektedir. Bu yaklaşım, evsel ve endüstriyel mutfaklarda atık yönetimi konusunda yeni bir perspektif sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Mutfak, Gıda israfı, gastronomi, ürün geliştirme, duyusal analiz.

Reducing Food Waste in the Kitchen by Using Household Waste in Recipes Product Development and Sensory Analysis

Abstract

Kitchens are among the primary areas where food waste is generated in daily life. Peels and stems of vegetables, fruit seeds, and leftover meals are often considered waste and discarded. However, processing these materials through proper methods and re-evaluating them is highly important in terms of environmental sustainability, as well as preserving economic and nutritional value. The main objective of this study is to transform kitchen food waste into edible, nutritious, and sensorially acceptable new products through recycling methods. In doing so, the aim is both to prevent food waste and to bring these materials into a functional form. Within the scope of the study, a total of 11 different food products were developed using typically discarded parts such as vegetable peels and stems, as well as uneaten meal leftovers. Each of these products was subjected to sensory analysis, and volunteer participants evaluated them based on taste, smell, appearance, and overall preference. In addition, the calorie content of each product was calculated per portion. According to the sensory analysis results, among the foods produced from waste, the cookie was the most liked product. The least liked product by the participants was the tomato peel paste. Based on the calorie calculations, the quince peel cake had the highest portion calorie value, while the tomato peel paste had the lowest calorie content. This study demonstrated that kitchen food waste can be transformed into functional food products. It provides a significant contribution both to sustainable food consumption and to increasing public awareness of food waste. The fact that the developed products were found to be acceptable suggests that food waste can be turned into tasty and nutritious alternatives. This approach offers a new perspective on waste management in both domestic and industrial kitchens.

Keywords: Kitchen, food waste, gastronomy, product development, sensory analysis.

6 Şubat Depremlerinin Gastronomi Sektörüne Etkisi: Malatya İli İncelemesi

Bağımsız Araştırımcı, Miraç SAĞIR

sagirmirac44@gmail.com
ORCID: 0009-0006-6148-0898

Dr. Öğr. Üyesi Mesut Murat ADABALI

Antalya Belek Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
murat.adabali@belek.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6116-1236

Özet

Bu çalışma, 6 Şubat 2023 tarihinde meydana gelen Kahramanmaraş merkezli depremlerin Malatya ilinde faaliyet gösteren gastronomi işletmeleri üzerindeki etkilerini incelemektedir. Depremler, yalnızca fiziksel yıkımlara yol açmakla kalmaz, aynı zamanda ekonomik ve sosyal yapıyı da derinden sarsmaktadır. Malatya özelinde yapılan bu araştırmada, deprem sonrası yiyecek-içecek işletmelerinin karşılaştığı zorluklar, kriz sürecindeki tepkileri ve iyileşme stratejileri hakkında bilgi edinilmiştir. Veriler, nitel araştırma yöntemiyle, depremi doğrudan deneyimleyen işletme sahipleriyle yapılan yapılandırılmış mülakat yoluyla toplanmıştır. Çalışmada, öncelikle doğal afetlerin tanımı, türleri ve Türkiye'nin deprem geçmişi ele alınmış, ardından Malatya'da yaşanan depremlerin tarihsel süreci ve bölgenin jeolojik özellikleri incelenmiştir. Depremi ardından gastronomi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yaşadığı fiziksel hasar, tedarik zinciri sorunları, artan maliyetler, müşteri kaybı ve psikolojik etkiler detaylı olarak değerlendirilmiştir. Görüşmelerde, bazı işletmelerin ağır hasar alarak faaliyetlerine ara verdiği, bazılarının ise menü ve iş modelinde değişiklikler yaparak ayakta kalmaya çalıştığı görülmüştür. Tedarik zincirinde özellikle kırmızı et ve hayvansal ürünlerde sıkıntılar yaşanmış, bazı işletmeler dışarıdan destek almak zorunda kalmıştır. Hammadde ve yan malzeme giderlerinde ciddi artışlar gözlenmiş, bu durum işletmelerin kârlılığını olumsuz etkilemiştir. Elde edilen bulgulara göre; devlet ve yerel yönetimlerden alınan desteklerin yetersiz olduğu, bazı işletmelerin hibe ve kredi desteği aldığı ancak çoğunluğun kendi imkânlarıyla ayakta kalmaya çalıştığı tespit edilmiştir. Ayrıca, işletmelerin büyük kısmının benzer krizlere karşı hazırlıksız olduğu, kriz yönetimi ve sürdürülebilirlik konusunda eksiklikler bulunduğu ortaya çıkmıştır. Deprem sonrası bazı işletmeler online sipariş ve paket servis gibi alternatif hizmet yöntemlerine yönelmiş, ancak bu değişikliklerin genellikle zorunluluktan kaynaklandığı anlaşılmıştır. Çalışmanın sonunda, afet yönetimi ve sürdürülebilirlik bağlamında öneriler sunulmuş, benzer afetlerin yaşandığı bölgelerdeki işletmelere yol gösterici olabilecek stratejiler geliştirilmiştir. Krizlere karşı dayanıklılığın artırılması, tedarik zincirinin çeşitlendirilmesi, finansal destek mekanizmalarının güçlendirilmesi ve psikososyal destek hizmetlerinin yaygınlaştırılması önerilmiştir. Bu çalışma, gastronomi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin afetlere karşı hazırlıklı olmasının ve kriz yönetimi stratejilerinin geliştirilmesinin önemini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Deprem, gastronomi sektörü, afet yönetimi, Malatya, kriz süreci.

The Impact of the February 6 Earthquakes on the Gastronomy Sector: A Study of Malatya Province

Abstract

This study examines the impact of the earthquakes centered in Kahramanmaraş on February 6, 2023, on gastronomy businesses operating in the province of Malatya. Earthquakes not only cause physical destruction but also deeply shake the economic and social structure. In this research, which focuses specifically on Malatya, the challenges faced by food and beverage businesses after the earthquake, their responses during the crisis, and their recovery strategies were analyzed. Data was collected using a qualitative research method through structured interviews with business owners who directly experienced the earthquake. The study first addresses the definition and types of natural disasters and Türkiye's earthquake history, then examines the historical process of earthquakes in Malatya and the geological characteristics of the region. The physical damage experienced by businesses in the gastronomy sector after the earthquake, supply chain problems, increased costs, loss of customers, and psychological effects were evaluated in detail. The interviews revealed that some businesses had to suspend operations due to severe damage, while others tried to survive by making changes to their menus and business models. There were significant difficulties in the supply chain, especially regarding red meat and animal products, and some businesses had to seek external support. There were notable increases in the costs of raw materials and auxiliary supplies, which negatively affected the profitability of the businesses. According to the findings, the support received from the government and local authorities was insufficient; while some businesses received grants and credit support, the majority tried to survive with their own resources. It was also found that most businesses were unprepared for similar crises and had deficiencies in crisis management and sustainability. After the earthquake, some businesses turned to alternative service methods such as online orders and takeaway services, but it was understood that these changes were generally made out of necessity. At the end of the study, recommendations were presented in the context of disaster management and sustainability, and strategies were developed that could guide businesses in regions affected by similar disasters. It was suggested to increase resilience against crises, diversify supply chains, strengthen financial support mechanisms, and expand psychosocial support services. This study emphasizes the importance of preparedness for disasters and the development of crisis management strategies for businesses operating in the gastronomy sector.

Keywords: Earthquake, gastronomy sector, disaster management, Malatya, crisis process.

Konaklama Sektöründe Akıllı Teknoloji Yatırımlarının Önündeki Engeller ve Yöneticilerin Algıları: Şanlıurfa Örneği

Doç. Dr. Ahmet ERDEM

Harran Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü,
ahmeterdem@harran.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8120-3958

Dr. Öğr. Üyesi Levent Selman GÖKTAŞ

Harran Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
leventselmangoktas@harran.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6675-3759

Özet

Araştırmanın amacı, konaklama işletmelerinin modernizasyon sürecinde akıllı teknolojilere yapacakları yatırımların önündeki engelleri yöneticilerin bakış açısıyla belirlemektir. Araştırmada veriler, nitel veri toplama yöntemlerinden yarı yapılandırılmış mülakat yöntemiyle toplanmıştır. Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Yöneticilere, konaklama sektöründe akıllı teknoloji yatırımlarının önündeki engellere ilişkin üç soru yöneltilmiştir. Bu kapsamda Şanlıurfa il merkezinde bulunan dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerinin yöneticileriyle görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerden önce randevu talebinde bulunulmuş ve müsait gün ve saat belirlenmiştir. Görüşmeler ofis ortamında gerçekleştirilmiştir. Toplam yedi farklı otel yöneticisi ile görüşme yapılmıştır. Elde edilen verilere içerik analizi uygulanmıştır. Yöneticilerin akıllı turizm teknolojilerine yatırım yaparken karşılaştıkları zorlukların başında yatırım maliyetinin yüksek olması ve bu bağlamda yeterli finansman kaynağının bulunmaması gelmektedir. İnsan kaynağının entegrasyonu konusunda ise, personelin yetersiz teknik bilgisi ve teknolojiye karşı direnç değişkenleri vurgulanmıştır. Son olarak, yöneticilerin yatırım yapma kararındaki etkili olan faktörler incelendiğinde ise, düşük getiri beklentisi ile güvenlik ve veri gizliliği endişelerinin en yüksek frekans değerine sahip kodlar olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Akıllı otel, akıllı turizm, yatırım, yönetici, engeller.

Barriers to Smart Technology Investments in the Accommodation Sector and Managers' Perceptions: The Case of Şanlıurfa

Abstract

The aim of the study is to identify the obstacles to investments in smart technologies during the modernisation process of accommodation businesses from the perspective of managers. In the study, data were collected using semi-structured interviews, which is a qualitative data collection method. Purposeful sampling was used in the study. Managers were asked three questions regarding the obstacles to investments in smart technologies in the accommodation sector. In this context, interviews were conducted with managers of four and five star accommodation businesses in the city centre of Şanlıurfa. Appointments were requested in advance, and suitable days and times were determined. The interviews were conducted in an office environment. A total of seven different hotel managers were interviewed. Content analysis was applied to the data obtained. The main challenges faced by managers when investing in smart tourism technologies are high investment costs and the lack of sufficient financing sources in

this context. In terms of human resource integration, the insufficient technical knowledge of staff and resistance to technology have been highlighted as variables. Finally, when examining the factors influencing managers' investment decisions, it was determined that low return expectations and concerns about security and data privacy were the codes with the highest frequency values.

Keywords: Smart hotel, smart tourism, investment, manager, barriers.

UNESCO Gastronomi Şehirlerinde Algılanan Restoran Özgünlüğü ve Müşteri Değeri İlişkisi: Afyonkarahisar Örneği

Öğr. Gör. Seren KAVAS

Batman Üniversitesi, Hasankeyf Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
seren.kavas@batman.edu.tr
ORCID: 0000-0002-8551-4443

Doç. Dr. Ülker CAN

Batman Üniversitesi, Hasankeyf Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
ulkercan067@gmail.com
ORCID: 0000-0001-8244-5190

Özet

Bu çalışma, Türkiye'nin önemli gastronomi destinasyonlarından biri olan ve 2019 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil edilen Afyonkarahisar ilinde, restoran müşterilerinin algıladığı restoran özgünlüğü ile müşteri değeri arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada, kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen 438 restoran müşterisinden anket yoluyla veri toplanmıştır. Veri analizleri istatistik paket programlarıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda bulgular, yiyecek özgünlüğü, mekânsal özgünlük ve personel özgünlüğünün kalite algısı, parasal değer ve prestij üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkiler yarattığını göstermektedir. Özellikle yiyecek özgünlüğünün parasal değer üzerindeki yüksek etkisi, yerel ve otantik ürün sunumlarının müşteriler açısından hem maddi hem sembolik değer yarattığını ortaya koymaktadır. Mekânsal özgünlüğün atmosfer ve algılanan prestij unsurlarını güçlendirdiği; personel özgünlüğünün ise diğer boyutlara göre daha sınırlı bir etki yarattığı belirlenmiştir. Araştırma bulguları, gastronomi destinasyonlarında farklı özgünlük unsurlarını bir arada kullanmanın müşteri değeri algısını olumlu yönde etkileyebileceğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: UNESCO şehirleri, algılanan özgünlük, restoran özgünlüğü, müşteri değeri, gastronomi turizmi.

The Relationship Between Perceived Restaurant Originality and Customer Value in UNESCO Gastronomy Cities: The Case of Afyonkarahisar

Abstract

This study aims to examine the relationship between restaurant uniqueness perceived by restaurant customers and customer value in Afyonkarahisar, one of Türkiye's important gastronomy destinations and a member of the UNESCO Creative Cities Network since 2019. Data was collected from 438 restaurant customers selected by convenience sampling through a questionnaire. Data analysis was conducted using statistical package programmes. The findings of the study show that food uniqueness, spatial uniqueness, and staff uniqueness have statistically significant and positive effects on quality perception, monetary value, and prestige. In particular, the high effect of food uniqueness on monetary value reveals that the presentation of local and authentic products creates both material and symbolic value for customers. Spatial uniqueness was found to strengthen the atmosphere and perceived prestige elements, while staff uniqueness had a more limited effect compared to other dimensions. The research findings suggest that combining different uniqueness elements in gastronomic destinations can positively influence customer value perception.

Keywords: UNESCO cities, perceived authenticity, restaurant authenticity, customer value, gastronomic tourism.

Kuşaklararası Yenilik Algısı: Neofobi ve Neofili Düzeyleri Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme

Lisansüstü Öğrenci, Ebru Vildan ER

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Araştırmaları Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
vildanebruer@gmail.com
0000-0003-3709-5798

Öğr. Gör. Ferzan Aktaş

Kilis 7 Aralık Üniversitesi, TOMYO, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
ferzan.aktas@kilis.edu.tr
ORCID: 0000-0002-7373-7471

Dr. Öğr. Üyesi Gönül AKIN

İstanbul Beykent Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü
gonulakin@beykent.edu.tr
ORCID: 0000-0002-7279-4511

Doç. Dr. Emrah KESKİN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ekeskin@nevsehir.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6565-4265

Özet

Bu çalışma, X, Y ve Z kuşaklarının yiyecek tercihlerine yönelik tutumlarını neofobi (yenilik korkusu) ve neofili (yenilik merakı) kavramları çerçevesinde kavramsal olarak değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın temel amacı, kuşaklar arası farklılıkların yiyecek tüketimi üzerindeki etkisini incelemek ve bu farklılıkların neofobi/neofili düzeyleri ile ilişkisini anlamlandırmaya çalışmaktır. Çalışmada ayrıca bireylerin davranışsal eğilimlerinin tüketici tutumlarını nasıl şekillendirdiği VALS 2 modeli ile birlikte ele alınmıştır. Literatür taramasına dayalı olarak hazırlanan çalışmada; kuşak, yaş, marka bağlılığı ve sosyal etkiler gibi bağımsız değişkenlerin yanı sıra yeme ortamı, kültürel açıklık ve gastronomik merak gibi ara değişkenlerin, bireylerin neofobi veya neofili düzeylerini etkilediğine dair bulgulara ulaşılmıştır. Bulgulara göre, X kuşağı daha geleneksel ve temkinli bir tutum sergilerken, Z kuşağının farklı kültürlerle ve yeni tatlara karşı daha açık olduğu ve yüksek neofili düzeyi gösterdiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kuşaklar, neofobi, neofili, yiyecek tüketimi, VALS 2, tüketici davranışı.

Intergenerational Perception of Innovation: A Conceptual Assessment of Levels of Neophobia and Neophilia

Abstract

This study aims to conceptually evaluate the attitudes of Generations X, Y and Z towards food preferences within the framework of the concepts of neophobia (fear of novelty) and neophilia (novelty curiosity). The main purpose of the study is to examine the impact of intergenerational differences on food consumption and to reveal the relationship between these differences and neophobia/neophilia tendencies. The study also examines how individuals' behavioural tendencies shape with the VALS 2 model. In the model developed based on the literature review,

it was concluded that independent variables such as generation, age, gender, brand loyalty and social influences as well as intermediate variables such as eating environment, cultural openness and gastronomic curiosity affect individuals' neophobia or neophilia levels. According to the findings, while Generation X exhibits a more traditional and cautious attitude, Generation Z is more open to different cultures and new flavours and shows a high level of neophilia.

Keywords: Generations, neophobia, neophilia, food consumption, VALS 2, consumer behaviour.

Jordi Roca Örneği ile Mutfak Yaratıcılığında Yapay Zeka Kullanımına İlişkin Ön Çalışma

Dr. Öğr. Üyesi Betül ÖZTÜRK

İzmir Ekonomi Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
betulozturk@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0838-9025

Özet

Yapay zeka alanında gelişmekte olan bir olgu olarak mutfak yaratıcılığı; makine öğrenimini yaratıcı süreçte önemli bir bileşen olarak kullanılmaktadır. Yaratıcılık, genel olarak iki farklı, ancak birbirine bağlı adımdan oluşan bir süreç olarak tanımlanabilir: ilk adım çok sayıda fikrin üretilmesi, ikinci adım ise en uygun fikirlerin sečilmesidir. Bu çalışma, tariflerin oluşturulmasında yapay zekanın nasıl kullanıldığı konusunda bir ön çalışma olarak belirlenmiştir. Çalışmanın sonuçları, OpenAI sistemlerinin yeni ve yüksek kaliteli yaratıcı tarifler üretme kapasitesine sahip olduğunu göstermiştir. Bu iddiayı desteklemek için Jordi Roca örneğinde bir gösterim gerçeleştirilmiştir. Jordi Roca, dünyanın en başarılı pasta şeflerinden biri olarak kabul edilmektedir. Eřsiz ve öncü tarifleriyle olağanüstü becerilerini, yaratıcılığını ve yenilikçi vizyonunu ortaya koymuştur. Buna paralel olarak, mutfak yaratıcılığı, çoklu duyuusal deneyimlerin ve lezzet eşleştirme teorilerinin özelliklerine uygun olarak işlenmiştir. OpenAI sistemlerinin teorik çerçeveler ve Jordi Roca'nın tatlı tarifleriyle birlikte kullanılması, bir dizi yeni ve yenilikçi tatlı tarifi ortaya çıkarmıştır. Bu tarifler, pratik uygulama ve sunumlarını sağlamak için titizlikle formüle edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Mutfak yaratıcılığı, yapay zeka, bilişimsel gastronomi, bilişsel yaratıcılık.

Preliminary Study of the Use of Artificial Intelligence in Culinary Creativity with Jordi Roca as a Case

Abstract

Culinary creativity, an emerging field within the domain of artificial intelligence, utilizes machine learning as a pivotal component in the creative process. Creativity is a process that can be broadly defined as consisting of two distinct yet interconnected steps: the first step is the generation of numerous ideas, and the second step is the selection of the optimal ideas. This study is designated as a preliminary study on the subject of how artificial intelligence is used in the generation of recipes. The results of the study indicated that OpenAI systems possess the capacity to generate novel and high-quality creative recipes. To support this claim, a demonstration was conducted for the case of Jordi Roca. Jordi Roca is widely regarded as one of the most accomplished pastry chefs in the world. He has demonstrated his exceptional skills, creativity, and innovative vision through his unique and pioneering recipes. Concomitantly, the culinary creativity was processed in accordance with the characteristics of multisensory experiences and flavor pairing theories. The utilization of openAI systems, in conjunction with the theoretical frameworks and Jordi Roca's dessert recipes, has yielded a series of novel and innovative dessert recipes. These recipes have been meticulously formulated to ensure their practical implementation and presentation.

Keywords: Culinary creativity, artificial intelligence, computational gastronomy, computational creativity.

Hindiba Doğa Evi'ndeki Yeşil Uygulamaların Değerlendirilmesi

Lisansüstü Öğrenci, Engin ASLAN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
enginaslan.37@gmail.com
ORCID: 0009-0006-9746-534X

Doç. Dr. Alper KURNAZ

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
alperkurnaz@ibu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5288-0706

Dr. Öğr. Üyesi Elif ASLAN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
elif.aslan@ibu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-3860-3304

Özet

Son yıllarda Türkiye’de ekoturizm ve doğa temelli turizm faaliyetlerine artan ilgi, sürdürülebilir turizmin önemini ön plana çıkarmıştır. Bu doğrultuda, Bolu’nun Mengen ilçesinde yer alan Hindiba Doğa Evi; doğal çevreyle uyumlu mimarisi, çevre dostu işletme anlayışı ve yerel halkla kurduğu iş birliğiyle başarılı bir sürdürülebilir turizm örneği olarak öne çıkmaktadır. Bu çalışma, bir örnek olay incelemesi aracılığıyla Hindiba Doğa Evi’nin yeşil uygulamalarını ve sürdürülebilirlik alanındaki faaliyetlerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Araştırma, sürdürülebilirlik sertifikasına sahip işletmenin satış pazarlama ve sosyal medya sorumlusu ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşme aracılığıyla nitel yaklaşım kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Hindiba Doğa Evi, menüsünde yerel, organik ve mevsimsel ürünlere öncelik vererek bunları genellikle yerel üreticilerden temin etmektedir. Restoranında organik ürünler, yöresel peynirler ve ev yapımı reçeller sunulmakta; akşam yemeklerinde ise yöresel çorbalar ve mezeler öne çıkmaktadır. Enerji verimliliği için güneş paneli, LED aydınlatmalar ve A+ sınıfı cihazlar kullanılmaktadır. Atık yönetimi kapsamında, tek kullanımlık malzemelerden kaçınılmakta, cam şişeler geri dönüşüme gönderilmekte ve organik atıklar kompost yapılarak ekolojik bahçede kullanılmaktadır. Bu başarılı sürdürülebilirlik uygulamalarının daha geniş bir ölçekte benimsenebilmesi için, Hindiba Doğa Evi’nin deneyimlerinden faydalanılarak, bölgedeki diğer işletmelere yönelik eğitim programlarının düzenlenmesi ve yerel halkla iş birliğinin artırılması suretiyle, ekoturizm ve çevre dostu işletme anlayışının yaygınlaştırılması teşvik edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir turizm, yeşil uygulamalar, Mengen.

Evaluation of Green Practices at Hindiba Nature House

Abstract

The increasing interest in ecotourism and nature-based tourism activities in Turkey in recent years has highlighted the importance of sustainable tourism. In this context, Hindiba Nature House, located in the Mengen district of Bolu, stands out as a successful example of sustainable tourism with its architecture compatible with the natural environment, environmentally friendly business approach and cooperation with the local people. This study aims to evaluate the green practices and sustainability activities of Hindiba Nature House through a case study.

The research was conducted using the data collection method through semi-structured interviews with the manager of the business with a sustainability certificate. Hindiba Nature House prioritizes local, organic and seasonal products on its menu and generally supplies them from local producers. Organic products, local cheeses and homemade jams are offered in its restaurant; local soups and appetizers are prominent in dinners. Solar panels, LED lighting and A+ class devices are used for energy efficiency. As part of waste management, single-use materials are avoided, glass bottles are sent for recycling and organic waste is composted and used in the ecological garden. In order for these successful sustainability practices to be adopted on a larger scale, the experiences of Hindiba Nature House can be utilized to organize training programs for other businesses in the region, and the collaboration with local communities can be increased, thereby promoting the widespread adoption of eco-tourism and environmentally friendly business practices.

Keywords: Sustainable tourism, green practices, Mengen.

Gastronomide Yeni Trend: Pop-up Restoran – L'avare Örneği

Dr. Öğr. Üyesi Elif ASLAN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
elif.aslan@ibu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-3860-3304

Özet

Günümüzde restoranlar, yalnızca yemek sunan mekânlar olmaktan çıkarak, farklı kültürleri deneyimleme, sosyal etkileşimi artırma ve özgün yaşam alanları yaratma işlevi üstlenmektedir. Bu çalışma, Ankara'da faaliyet gösteren "L'avare Alice" pop-up restoranı örneği üzerinden gastronomi turizmine ve yaratıcı yemek deneyimlerine dair kapsamlı bir analiz sunmayı amaçlamaktadır. Araştırma yöntemi olarak içerik analizi ve katılımcı gözlem kullanılmıştır. Bu bağlamda L'avare restoranı, "Alice Harikalar Diyarında" anlatısını yapısal bir çerçeve olarak kullanarak tematik kurgu, gastronomik çeşitlilik ve kullanıcı deneyimi arasında bütüncül bir ilişki kurmaktadır. Menüde yer alan yemekler, yerel ve özenle seçilmiş malzemelerle hazırlanmakta; tematik sunumlar ve yaratıcı lezzet kombinasyonlarıyla duysal ve duygusal düzeyde etkileyici bir deneyim sunulmaktadır. İngiliz, Fransız, İtalyan, İspanyol ve Türk mutfağından örneklerin özgün yorumlarla harmanlandığı menü, görsel estetik ve hikâyesel anlatım aracılığıyla çok katmanlı bir gastronomik deneyim yaratmaktadır. Restoranın üst gelir grubuna hitap eden fiyatlandırma stratejisi, lüks bir hizmet anlayışıyla uyumludur. Ayrıca, ambiyans unsurları, mekân tasarımı ve marka hikâyesi müşteri memnuniyetini pekiştirmekte; sosyal medya aracılığıyla paylaşılan deneyimler gastronomi turizmine katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Pop-up restoranlar, gastronomi, tematik menü, Ankara.

New Trend in Gastronomy: Pop-up Restaurant – The Case of L'avare

Abstract

Today, restaurants are no longer just places that offer food, but also serve the function of experiencing different cultures, increasing social interaction and creating unique living spaces. This study aims to provide a comprehensive analysis of gastronomy tourism and creative dining experiences through the example of the "L'avare Alice" pop-up restaurant operating in Ankara. Content analysis and participant observation were used as research methods. In this context, L'avare restaurant establishes a holistic relationship between thematic fiction, gastronomic diversity and user experience by using the narrative of "Alice in Wonderland" as a structural framework. The dishes on the menu are prepared with local and carefully selected ingredients; an impressive experience is offered on a sensory and emotional level with thematic presentations and creative flavor combinations. The menu, which blends examples from English, French, Italian, Spanish and Turkish cuisine with original interpretations, creates a multi-layered gastronomic experience through visual aesthetics and narrative narration. The pricing strategy of the restaurant, which appeals to the upper income group, is compatible with a luxury service approach. In addition, ambiance elements, space design and brand story reinforce customer satisfaction; experiences shared through social media contribute to gastronomy tourism.

Keywords: Pop-up restaurants, gastronomy, thematic menu, Ankara.

Tokat'ın Yemek Belleğinde “Bat”: Yöresel Mutfak ve Kimlik Üzerine Kavramsal Bir Yaklaşım

Arş. Gör. Dr. Cansu UZUN GÜRİPEK

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,
Rekreasyon Yönetimi Bölümü
cansuguripek@gop.edu.tr
ORCID: 0000-0002-7809-3097

Özet

Bu çalışma, Tokat mutfağına özgün bat yemeğı, yalnızca bir beslenme pratiğı olmanın ötesinde toplumsal bellek, kültürel kimlik ve yöresel mutfak pratikleri bağlamında taşıdığı anlamları kavramsal bir çerçevede ele almayı amaçlamaktadır. Yemek kültürü, bireyler arası etkileşimlerin kurulmasında, geçmişin hatırlanmasında ve kimlik inşasında önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda bat; üretimi, tüketimi, paylaşımı ve etrafında şekillenen sosyal ritüellerle Tokat halkının kolektif belleğinde yer etmiş kültürel bir sembol olarak incelenmiştir. Çalışma, nitel araştırma yaklaşımıyla literatür taramasına dayalı olarak yürütülmüş; toplumsal bellek, hafıza mekânı, kültürel kimlik gibi kavramlar üzerinden kavramsal bir çözümleme yapılmıştır. Bu bağlamda, bat yemeğı; kadın emeğı, bağ kültürü, hamam gelenekleri, halk söylemleri ve yöresel yarışmalar gibi pratiklerdeki yeri ile yemek aracılığıyla kültürel süreklilik ve topluluk inşasına katkı sağlayan önemli bir dinamik olarak değerlendirilmiştir. Bu yönüyle bat, Tokat'ın gastronomik mirasının taşıyıcısı ve somut olmayan kültürel mirasın sürdürülebilirliğini destekleyen bir öge olarak öne çıkmaktadır. Araştırma, yöresel mutfakların yalnızca beslenme bağlamında değil, aynı zamanda kimlik, aidiyet ve kültürel aktarıma hizmet eden çok katmanlı yapılar olduğunu ortaya koymaktadır. Gelecek çalışmalarda saha araştırmalarına dayalı olarak yöre halkının bata ilişkin deneyim ve algılarının derinlemesine incelenmesi önerilmekte; ayrıca benzer mutfak pratiklerinin diğer Anadolu yöreleriyle karşılaştırmalı analizlerinin Türkiye'nin gastronomik çeşitliliğini daha görünür kılacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yöresel mutfak, Tokat mutfağı, bat, toplumsal bellek, kültürel kimlik.

“Bat” in Tokat’s Culinary Memory: A Conceptual Approach to Local Cuisine and Identity

Abstract

This study aims to conceptually explore the meanings of bat, a dish unique to Tokat cuisine, within the context of social memory, cultural identity, and local culinary practices, beyond simply being a dietary practice. Food culture is considered an important tool in establishing interpersonal interactions, remembering the past, and constructing identity. In this context, bat is examined as a cultural symbol engraved in the collective memory of the people of Tokat through its production, consumption, sharing, and the social rituals that shape it. The study was conducted using a qualitative research approach and a literature review, and a conceptual analysis was conducted through concepts such as social memory, memory space, and cultural identity. In this context, bat is considered an important dynamic contributing to cultural continuity and community building through food, with its place in practices such as women's labor, vineyard culture, bathhouse traditions, folk discourse, and local competitions. In this respect, bat stands out as a carrier of Tokat's gastronomic heritage and an element that supports the sustainability of its intangible cultural heritage. The research reveals that regional cuisines are multilayered structures that serve not only in the context of nutrition but also in the transmission of identity, belonging, and cultural heritage. Future studies are recommended to explore in-

depth the experiences and perceptions of local people regarding the West through field research. Furthermore, comparative analyses of similar culinary practices with other Anatolian regions are believed to further enhance Türkiye's gastronomic diversity.

Keywords: Local cuisine, Tokat cuisine, bat, collective memory, cultural identity.

Ekşi Sözlük'te Sokak İeceklerine İlişkin Kullanıcı Yorumlarının Analizi

Dr. Vildan TÜYSÜZ

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
vildantuysuz@outlook.com
ORCID: 0000-0002-4674-5628

Arş. Gör. Serkan SEMİNT

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
serkansemint@kmu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-6305-1898

Özet

Bu alışma, Ekşi Sözlük platformunda yer alan kullanıcı yorumlarından yararlanarak geleneksel sokak içecekleri olan boza, salep ve şalgama yönelik bireysel algı, deneyim ve tutumları ortaya koymayı amaçlamaktadır. Her bir içecek türü için en güncel 100 yorum seçilerek toplamda 300 kullanıcı görüşü nitel analiz kapsamında değerlendirilmiştir. Yorumların seçiminde, içerik açısından araştırma amacına hizmet eden örneklemler tercih edilmiştir. Verilerin çözümlemesinde MAXQDA yazılımından yararlanılmıştır. Analizler sonucunda, sokak içeceklerine ilişkin bireysel algıların genellikle olumlu olduğu görölmüştür. Bu içeceklerin sıklıkla çocukluk anılarıyla ilişkilendirildiği ve tüketiminden memnuniyet duyulduğu ifade edilmiştir. Bununla birlikte, bazı kullanıcıların olumsuz deneyimlerini ve eleştirilerini de paylaştığı gözlemlenmiştir. Kullanıcıların deneyimlerinin büyük ölçüde olumlu olduğu, ancak nadiren de olsa hayal kırıklığına neden olan durumlarla karşılaşıldığı tespit edilmiştir. Tutumlar açısından değerlendirildiğinde, kullanıcıların kültleşmiş mekânlara ya da bilinen markalara yönelme eğiliminde olduğu, bununla birlikte hijyenik koşullara dikkat ettiği düşünölen ve lezzetli ürünler sunduğuna inanılan sokak satıcılarının da tercih edildiği belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Sokak lezzetleri, Ekşi Sözlük, gastronomi.

Analysis of User Comments on Street Beverages on Ekşi Sözlük

Abstract

This study aims to reveal individual perceptions, experiences and attitudes towards traditional street drinks such as boza, salep and turnip by using user comments on the Ekşi Sözlük platform. The most up-to-date 100 comments for each type of drink were selected and a total of 300 user opinions were evaluated within the scope of qualitative analysis. In selecting the comments, samples that serve the purpose of the research in terms of content were preferred. MAXQDA software was used in the analysis of the data. As a result of the analyses, it was seen that individual perceptions towards street drinks were generally positive. It was stated that these drinks were often associated with childhood memories and that they were pleased with their consumption. However, it was observed that some users also shared their negative experiences and criticisms. It was determined that the experiences of the users were largely positive, but there were rarely situations that caused disappointment. When evaluated in terms of attitudes, it was determined that users tended to go to cult venues or well-known brands, and that street vendors who were thought to pay attention to hygienic conditions and offered delicious products were also preferred.

Keywords: Street foods, Eksi Sözlük, gastronomy.

UNESCO Gastronomi Temalı Şehirlerin Sürdürülebilirliği: Gaziantep ve Afyonkarahisar Örneği

Öğr. Gör. Tamer TAŞÇI

Alanya Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Meslek Yüksekokulu
tamer.tasci@alanyauniversity.edu.tr
ORCID: 0000-0002-6262-3065

Prof. Dr. Ülker ÇOLAKOĞLU

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
ucolakoglu@adu.edu.tr
ORCID: 0000-0003-1265-3319

Özet

Sürdürülebilir gastronomi mirası; ekonomik adalet, çevresel duyarlılık ve sosyal kapsayıcılık ilkeleriyle harmanlanmış geleceği tanımlamaktadır. Bu üçlü sacayağı, Birleşmiş Milletlerce belirlenen Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ile uyumlu şekilde, gıda üretiminden tüketimine kadar olan süreçlerin yeniden tasarlanmasını gerektirmektedir. Bu araştırmanın temel amacı, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında gastronomi temasıyla seçilen şehirlerin, sürdürülebilir kalkınma kriterlerini dikkate alarak belirlenen kriterleri ne ölçüde uygulamaya geçirdiklerinin sistematik analizini gerçekleştirmektir. Çalışma, gastronomik kalkınma ve sürdürülebilir gastronomi bağlamında nitel paradigmalara uygun olarak tasarlanmış olup, keşifsel araştırma modeli çerçevesinde yürütülmüştür. Araştırma kapsamında Türkiye'nin UNESCO tarafından belirlenmiş gastronomi şehirleri olan Gaziantep ve Afyonkarahisar bulunmaktadır. Araştırma dâhilinde, gastronomi şehirleri Gaziantep ve Afyonkarahisar'daki işletmelerin şef ve yöneticileriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler, katılımcıların uygunluk durumları belirlenerek önceden planlanmış ve yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte, katılımcılarla ön görüşme yapılarak randevu tarihleri belirlenmiş ve görüşme esnasında etik kurallara riayet edilmiştir. Araştırma neticesinde sürdürülebilirlik kriterleri bağlamında yerellik, yerel mutfak kültürünü koruma, su tüketimi, cinsiyet eşitliği gibi konularda iki şehirde de benzer eylemler yer alırken; gıda atıkları, enerji tüketimi, kültürel ve doğal miras aktarımı gibi konularda atılan adımlarla ilgili farklılaşmalar görülmüştür. Ayrıca gastronomi temalı şehirlerdeki işletmeler bağlamında, şeflerin ve yöneticilerin sözü edilen kriterlere ilişkin daha aktif çalışmalar yürütmek istedikleri ve somut bir iş birliğinin oluşması gerektiğine dair görüşleri ortaya konulmuştur. Elde edilen verilere göre sektör temsilcilerine, yerel ve ulusal düzeyde yöneticilere, UNESCO gastronomi teması altında ulusal listede yer alan şehirlerdeki ilgililere, gastronomi alanında çalışan uzmanlara ve akademisyenlere dönük öneri ve değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilir gastronomi, UNESCO, yaratıcı şehirler ağı.

Sustainability of UNESCO Gastronomy Themed Cities: The Case of Gaziantep and Afyonkarahisar

Abstract

Sustainable gastronomy heritage defines a future intertwined with principles of economic justice, environmental sensitivity, and social inclusion. This triple-bottom-line framework necessitates the redesign of processes spanning from food production to consumption, aligning with the United Nations' Sustainable Development Goals. The primary objective of this research is to conduct a systematic analysis of the extent to which cities designated under the UNESCO Creative Cities Network in the gastronomy category implement criteria established with consideration for sustainable development benchmarks. Designed within the qualitative paradigm and contextualized within gastronomic development and sustainable gastronomy, the study employs an exploratory research model. The research focuses on Türkiye's UNESCO-recognized gastronomy cities, Gaziantep and Afyonkarahisar. Within the scope of the research, semi-structured interviews were conducted with chefs and managers of establishments in the gastronomy cities of Gaziantep and Afyonkarahisar. Interviews were pre-scheduled based on participant availability and conducted face-to-face. This process involved preliminary contact with participants to arrange appointments, and ethical guidelines were strictly adhered to during the interviews. The findings reveal that both cities demonstrate similar initiatives concerning sustainability criteria such as locality, preservation of local culinary culture, water consumption, and gender equality. Conversely, divergent approaches were identified regarding steps taken in areas like food waste management, energy consumption, and the transmission of cultural and natural heritage. Furthermore, the perspectives of chefs and managers, representing establishments within these gastronomy-themed cities, indicate a desire to engage more actively with the aforementioned criteria and highlight the need for establishing tangible cooperative frameworks. Based on the data obtained, recommendations and evaluations are provided for industry stakeholders, local and national policymakers, relevant authorities in cities listed nationally under the UNESCO gastronomy theme, as well as experts and academics working in the field of gastronomy.

Keywords: Sustainability, sustainable development, sustainable gastronomy, UNESCO creative cities network.

Gastronominin Bilimsel Evrimi: Türkiye ve Yurtdışı Çalışmalarında Metodolojik ve Tematik Farklılıklar

Doç. Dr. Cevat ERCİK

Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
cevatercik@mersin.edu.tr
ORCID: 0000-0002-9768-0027

Dr. Öğr. Üyesi Seda Nur KESKİN

Amasya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
Aşçılık Programı
seda.keskin@amasya.edu.tr
ORCID: 0000-0003-3769-0968

Özet

Bu çalışmanın temel amacı, 2022–2025 yılları arasında "gastronomi" anahtar kelimesiyle yayımlanan Türkiye ve yurt dışı kaynaklı akademik makaleleri inceleyerek, bu çalışmaların hangi disiplinlerle ilişkilendirildiğini ve odaklandıkları tematik alanları belirlemektir. Bu sayede, gastronomi alanındaki disiplinlerarası yaklaşımlar ile güncel araştırma eğilimlerinin ortaya konması hedeflenmektedir. Araştırma kapsamında yedi farklı akademik veri tabanı taranmış; metodolojik yaklaşımlar ve disiplinlerarası yönelimler açısından bibliyometrik analiz yöntemi benimsenmiştir. Toplam 114 çalışma (68'i Türkiye, 46'sı yurt dışı kaynaklı) değerlendirmeye alınmıştır. Nitel araştırma yöntemleri doğrultusunda gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda, çalışmalar tematik başlıklar altında kategorize edilmiştir. duyuşsal analiz (%26,5), yöresel ürünler (%17,6) ve kültürel miras (%8,8) temalarına odaklandığı görülmektedir. Benzer şekilde, yurt dışı literatüründe de duyuşsal analiz temasının %39,1 oranıyla ilk sırada yer aldığı dikkat çekmektedir. Bunu takiben, gastronomide teknoloji teması %19,6 oranıyla öne çıkan bir diğer araştırma alanı olarak belirlenmiştir. Bu bulgular, hem ulusal hem de uluslararası düzeyde duyuşsal analiz konusunun gastronomi araştırmalarında merkezi bir yer tuttuğunu, ancak diğer temaların dağılımında farklılıklar bulunduğunu ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, bu çalışma, gastronomi alanında bilimsel üretimin daha sağlam temellere oturtulabilmesi için kuramsal derinlik ve metodolojik titizliğin büyük önem taşıdığını vurgulamaktadır. Bu çerçevede, mevcut literatürdeki tematik ve yöntemsel boşluklara dikkat çekilmekte; alana yönelik daha sistematik ve disiplinlerarası araştırmalara duyulan gereksinim açıkça ortaya konmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, akademik eğilimler, duyuşsal analiz, teknoloji, sürdürülebilirlik.

The Scientific Evolution of Gastronomy: Methodological and Thematic Differences in Studies from Türkiye and Abroad

Abstract

The primary aim of this study is to examine academic articles published between 2022 and 2025 with the keyword "gastronomy", both in Turkey and internationally, in order to identify the disciplines with which these studies are associated and the thematic areas they focus on. In this context, the study seeks to reveal interdisciplinary approaches and current research trends within the field of gastronomy. As part of the research, seven different academic databases were scanned, and a bibliometric analysis method was adopted to evaluate methodological approaches and interdisciplinary orientations. A total of 114 studies were selected, 68 from Turkey and 46 from international sources. Based on qualitative research methods, content

analysis was conducted, and the studies were categorized under thematic headings. According to the findings, academic studies conducted in Turkey predominantly focus on the themes of sensory analysis (26.5%), local products (17.6%), and cultural heritage (8.8%). Similarly, in the international literature, sensory analysis also ranks first with a rate of 39.1%. This is followed by the theme of technology in gastronomy, which emerges as a prominent area of research with 19.6%. These results indicate that while sensory analysis occupies a central position in gastronomy research both nationally and internationally, the distribution of other themes differs across contexts. In conclusion, this study emphasizes the critical importance of theoretical depth and methodological rigor in establishing a more robust foundation for scientific production in the field of gastronomy. In this regard, the study draws attention to existing thematic and methodological gaps in the literature and highlights the growing need for more systematic and interdisciplinary research in the field.

Keywords: Gastronomy, academic trends, sensory analysis, technology, sustainability.

Fonksiyonel Gıda Olarak Tef'in Besin Bileşenleri ve Kullanım Alanları

Öğr. Gör. Dr. Dilek ÇİFTCİ

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
dilek.ciftci@hbv.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2773-8676

Özet

Tef, insan sağlığı açısından önemli faydalar sağlayan yüksek besin değerlerine sahiptir. Diğer tahıl guruplarıyla kıyaslandığında daha yüksek ve kaliteli protein, mineral ve vitamin içeriğine sahip olup özellikle doymamış yağ ve esansiyel aminoasitleri yüksek miktarda içerir. Ayrıca diyet lifinin de önemli bir kaynağıdır. Tef'in en önemli özelliklerinden birisi de gluten içermemesidir. Bu da tef bitkisini glutene alerjisi olan çölyak hastaları (*gluten enteropatisi*) için önemli bir besin kaynağı yapmaktadır. Fonksiyonel bir gıda olması ile birçok gıda maddesinde ham madde olarak kullanılmakta ya da sadece pişirilerek tüketilebilmektedir. Tef, gluten içermemesinden dolayı çölyak hastaları için önemli bir gıda ürünü olması yanında içerdiği protein, mineral, vitamin ve lif bileşenleri sayesinde eklendiği gıdanın fonksiyonel özelliklerini ve besin değerlerini arttırmaktadır. Bu çalışmanın amacı tef bitkisinin besin değerinin ve farklı kullanım alanlarının belirlenmesidir. Sonuç olarak, tef unu'nun sahip olduğu fonksiyonel, besinsel ve kimyasal özellikleri ile gıda üretiminde kullanılabilecek bir ham-madde olduğu, ekmek ve unlu mamül üretiminde rafine buğday ununa iyi bir alternatif olabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tef, çölyak, tahıl, fonksiyonel gıda.

Nutritional Components and Uses of Tef as a Functional Food

Abstract

Teff has high nutritional value and provides significant health benefits. Compared to other cereal groups, it contains higher and better-quality protein, minerals, and vitamins, and is particularly rich in unsaturated fats and essential amino acids. It is also an important source of dietary fiber. One of the most important features of teff is that it is gluten-free. This makes teff a valuable food source for individuals with gluten intolerance, such as celiac patients (*gluten enteropathy*). Teff as a functional food, it is used as a raw material in many food products or can be consumed simply by cooking. In addition to being an important food product for individuals with celiac disease due to its gluten-free nature, the protein, mineral, vitamin, and fiber components it contains enhance the functional properties and nutritional value of the foods it is added to. The aim of this study is to determine the nutritional value and various usage areas of the teff plant. As a result, due to its functional, nutritional, and chemical properties, teff flour is considered a raw material that can be used in food production and a good alternative to refined wheat flour in the production of bread and bakery products.

Keywords: Teff, celiac, cereal, functional foods.

Ritüel ve Bellek: Bayram Sofralarında Zamanın İzleri

Dr. Öğr. Üyesi Hilal KESKİN

İstanbul Kent Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
hilal.keskin@kent.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4366-8177

Öğr. Gör. Münevver Kaya ONURGİL

İstanbul Kent Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
munevver.kaya@kent.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4245-2673

Özet

Ritüeller yalnızca tekrar eden davranış kalıpları değil; aynı zamanda kültürel hafızanın taşıyıcılarıdır. Bu çalışma, Arjun Appadurai'nin "ritüel ve bellek" kavramsallaştırması çerçevesinde, Kurban Bayramı sofralarının toplumsal belleği nasıl yapılandığını incelemeyi amaçlamaktadır. Nitel veri setini, Türkiye'nin farklı bölgelerinden 20 lisans öğrencisinin "Gastronomi ve Toplum" dersi kapsamında kaleme aldığı bayram sofrası gözlem metinleri oluşturmaktadır. Bu gözlemler, tematik analiz yöntemiyle ATLAS.ti programında incelenmiş; ritüelin sürekliliği, belleğin yemek aracılığıyla inşası, aidiyetin yeniden üretimi, kayıpların hatırlanışı ve paylaşım kültürü olmak üzere beş ana tema altında toplanmıştır. Elde edilen bulgular, bayram sofralarının yalnızca bir yemek pratiği olmadığını; geçmişin bugünde yeniden üretildiği, kolektif aidiyetin kurulduğu, kimliğin yeniden tanımlandığı simgesel alanlar olduğunu göstermektedir. Aynı kişilerin aynı yemekleri yapması, sofrada kaybedilen aile üyelerinin hatırlanması, geçmişten gelen tariflerin devam ettirilmesi ve kurban etinin paylaşılma biçimi gibi unsurlar; ritüelin hem sürekliliğini hem de belleğin canlılığını temsil etmektedir. Duyular (tat, koku, dokunma), yemekler aracılığıyla geçmişle bağ kurmakta ve bu bağın aktarımı sofranın aracılığıyla gelecek kuşaklara iletilmektedir. Bu bağlamda sofranın, yalnızca fiziksel değil; aynı zamanda sosyal, tarihsel ve duygusal bir sahnedir. Bayram yemekleri; kim olduğumuzu, nereden geldiğimizi ve kime ait olduğumuzu hatırlatan kültürel kodlar taşımaktadır. Appadurai'nin yaklaşımıyla değerlendirildiğinde, bayram sofrası bir aidiyet üretim mekânı iken aynı zamanda geçmişin gündelik hayat içinde tekrar yoluyla canlı tutulduğu kültürel bir hafıza mekânı olarak da görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Appadurai, ritüel, bellek, bayram sofrası, kültürel hafıza.

Ritual and Memory: Traces of Time in Festive Tables

Abstract

Rituals are not merely repetitive behavioral patterns; they are also vital carriers of cultural memory. This study aims to examine how Eid al-Adha feasting practices structure social memory, within the framework of Arjun Appadurai's conceptualization of "ritual and memory." The qualitative dataset consists of observation texts written by 20 undergraduate students from various regions of Türkiye as part of the "Gastronomy and Society" course. These narratives were analyzed thematically using the ATLAS.ti software and grouped under five main themes: the continuity of ritual, the construction of memory through food, the reproduction of belonging, the remembrance of loss, and the culture of sharing. The findings reveal that Eid feasts are not

merely culinary practices; rather, they are symbolic spaces where the past is reproduced in the present, collective belonging is reinforced, and identity is redefined. Elements such as the repetition of dishes by the same individuals, the remembrance of deceased family members at the table, the continuation of inherited recipes, and the specific ways of distributing sacrificial meat all represent both the continuity of ritual and the vitality of memory. Sensory experiences (taste, smell, touch) create connections with the past through food, and this connection is transmitted to future generations through the table. In this context, the table serves not only as a physical setting but also as a social, historical, and emotional stage. Eid meals carry cultural codes that remind us of who we are, where we come from, and to whom we belong. From Appadurai's perspective, the festive table functions both as a mechanism for producing belonging and as a site of cultural memory, where the past is kept alive through everyday repetition.

Keywords: Appadurai, ritual, memory, eid table, cultural memory.

Türkmen Kızı Halk Oyununda Yemek Sembollerinin Göstergebilimsel Analizi

Arş. Gör. Kemal AKSU

Siirt Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bölümü,
kemal.aksu@siirt.edu.tr
ORCID: 0009-0006-9758-7654

Öğr. Gör. Cemile BÜYÜKYILDIRIM

İstanbul Sağlık ve Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü,
Aşçılık Programı
cemile.buyukyildirim@issb.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5730-5743

Özet

Bu çalışma, Türkmen Kızı halk oyunundaki gastronomi temalı figürlerin göstergebilimsel çözümlemesini ele almaktadır. Bu inceleme ile oyun içerisinde yer alan inek sağma, yayık yayma ve hamur yoğurma gibi üç temel gastronomi temalı figürle kadın emeğinin çeşitliliğinin ve öneminin vurgulanması hedeflenmiştir. Araştırmada nitel veri analiz yöntemlerinden doküman analizi kullanılmıştır. Çalışmanın evrenini Türkmen Kızı halk oyununun sahneleme biçimi ve figürleri oluşturmakta olup, örneklem olarak günlük yaşam pratiklerinin bedensel taklidi olan gastronomi temalı üç temsili figür ve hareket (inek sağma, yayık yayma, hamur yoğurma) belirlenmiştir. Veriler, YouTube platformundaki "Oyun Havaları" kanalından alınan video kayıtları, sahnelemeye dair görsel belgeler ve halk oyunu ile ilişkili türkü sözleri kullanılarak toplanmıştır. Veri analizinde ise göstergebilimsel çözümleme tekniği kullanılmıştır. Elde edilen bulgular, söz konusu figürlerin yalnızca günlük üretim süreçlerindeki kadın emeğini temsil etmekle kalmayıp, aynı zamanda Türkmen-Yörük kültürünün sosyal ve ekonomik yapısını yansıtan semboller olduğunu göstermektedir. İnek sağma figürü süt üretimi ve kırsal ekonomide kadının rolünü, yayık yayma gıda dönüşüm bilgisi ve kültürel hafızanın aktarımındaki kadınların merkezi konumunu, hamur yoğurma ise un ve ekmek kültürünün yanı sıra emek yoğun üretimi, bereketi ve imece kültürünü simgelemektedir. Bu bağlamda oyun, kırsal üretimin sürekliliğinde kadının hayatı konumunu beden dili aracılığıyla görünür kılmaktadır. Çalışma, gastronomi temalı figürlerin somut olmayan kültürel mirasın gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyel sunduğunu ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, Türkmen Kızı halk oyunu üzerinden yapılan göstergebilimsel çözümleme, kültürel değerlerin korunması ve gastronomi temalı turizm stratejilerinin geliştirilmesi açısından yeni bakış açıları sağlamaktadır. Geleneksel gıda üretim pratiklerinin deneyim temelli turizm ürünlerine dönüştürülmesi ve dijital platformlar aracılığıyla tanıtılması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, göstergebilim, halk oyunu, kadın emeği, kültürel miras.

Semiotic Analysis of Food Symbols in the Türkmen Kızı Folk Dance

Abstract

This study presents a semiotic analysis of gastronomy-themed movements in the traditional folk dance Türkmen Kızı (Daughter of the Turkmen). The aim is to highlight the diversity and significance of women's labor through three symbolic culinary gestures depicted in the performance: milking a cow, churning butter, and kneading dough. The research employs document analysis, a qualitative data analysis method. The study's universe comprises the performance and choreographic structure of the Türkmen Kızı dance, while the sample focuses on three representational movements that mimic everyday bodily practices related to food production. Data were collected through video recordings sourced from the YouTube channel "Oyun Havaları," visual materials depicting the performance, and folk song lyrics associated with the dance. Semiotic analysis was used to interpret the data. The findings reveal that these movements not only symbolize women's roles in traditional food production but also reflect key aspects of Turkmen-Yörük social and economic life. The milking gesture emphasizes the role of women in dairy production and the rural economy; butter churning represents women's central role in food transformation and the transmission of cultural knowledge; and kneading dough symbolizes flour and bread culture, labor-intensive food production, abundance, and the collective work tradition (imece). In this context, the dance makes the critical role of women in sustaining rural production visible through embodied expression. The study suggests that such gastronomy-themed figures hold significant potential as intangible cultural heritage assets within the scope of gastronomy tourism. Ultimately, the semiotic analysis of Türkmen Kızı provides new insights for the preservation of cultural values and the development of tourism strategies centered on traditional food practices. It is recommended that these practices be transformed into experience-based tourism products and promoted via digital platforms.

Keywords: Gastronomy, semiotics, folk dance, women's labor, cultural heritage.

Hijyen, Verimlilik ve Güvenlik Perspektifleri Açısından Profesyonel Mutfak Tasarımlarının Kavramsal Olarak Değerlendirilmesi

Lisansüstü Öğrenci, Sümeyra ŞİMŞEK KARA

Gaziantep Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği A.B.D.
sumeyrasimsek@gmail.com
ORCID: 0009-0004-6481-2021

Doç. Dr. Metin SÜRME

Gaziantep Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
metinsurme@gantep.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9810-7073

Özet

Profesyonel mutfakların tasarımı ve yönetimi, bir işletmenin sadece yemek hazırlama süreci olmanın ötesinde, genel verimlilik, çalışan güvenliği ve hijyen standartları üzerinde doğrudan etkisi olan kritik bir disiplindir. Özellikle restoran ve otelcilik sektörlerinde, gıda güvenliği, hijyen uygulamaları, mekânsal planlama, ekipman seçimi ve ergonomik çalışma koşulları gibi unsurların bütüncül bir yaklaşımla ele alınması gerekir. İlgili literatür, bu unsurların operasyonel verimliliği artırdığını, çalışan sağlığı ve güvenliğini etkilediğini ve hizmet kalitesinin sürdürülebilirliğinde belirleyici bir rol oynadığını göstermektedir. HACCP ve ISO 22000 gibi hijyen standartlarının uygulanması, iş akışına uygun planlama, enerji verimli ekipman kullanımı ve modüler mutfak sistemleri, mutfak operasyonlarını optimize eden temel faktörler arasındadır. Günümüzde dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve enerji verimliliği gibi modern eğilimler de bu alanda giderek önem kazanmaktadır. Akıllı mutfak teknolojileri, atık yönetimi sistemleri ve veri temelli karar alma süreçleri, mutfakları yalnızca üretim alanı olmaktan çıkarıp stratejik yönetim merkezleri haline getirmektedir. Gerçekleştirilen bu çalışmada hijyen, verimlilik ve güvenlik perspektifleri açısından profesyonel mutfak tasarımlarının kavramsal olarak değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, profesyonel mutfakların, işletmenin marka değerini güçlendiren, hijyen ve güvenlik standartlarını belirleyen, verimliliği maksimize eden ve müşteri memnuniyetini dolaylı olarak etkileyen çok yönlü sistemler olarak değerlendirilmesi gerektiği ve konaklama ile yeme-içme sektörlerinin başarısında stratejik bir rol oynadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Profesyonel mutfak, mutfak tasarımı, gıda güvenliği, mutfak, planlama.

Conceptual Evaluation of Professional Kitchen Designs in Terms of Hygiene, Efficiency and Safety Perspectives

Abstract

The design and management of professional kitchens is a critical discipline that goes beyond being just a food preparation process for a business, and has a direct impact on overall efficiency, employee safety, and hygiene standards. Especially in the restaurant and hotel sectors, elements such as food safety, hygiene practices, spatial planning, equipment selection, and ergonomic working conditions need to be addressed with a holistic approach. Relevant literature shows that these elements increase operational efficiency, affect employee health and

safety, and play a decisive role in the sustainability of service quality. The implementation of hygiene standards such as HACCP and ISO 22000, planning in accordance with the workflow, the use of energy-efficient equipment, and modular kitchen systems are among the basic factors that optimize kitchen operations. Today, modern trends such as digitalization, sustainability, and energy efficiency are also increasingly gaining importance in this area. Smart kitchen technologies, waste management systems, and data-based decision-making processes are transforming kitchens from mere production areas into strategic management centers. In this study, professional kitchen designs were evaluated conceptually in terms of hygiene, efficiency and safety perspectives. As a result, it has been seen that professional kitchens should be considered as versatile systems that strengthen the brand value of the business, determine hygiene and safety standards, maximize efficiency and indirectly affect customer satisfaction, and play a strategic role in the success of the accommodation and food and beverage sectors.

Keywords: Professional kitchen, kitchen design, food safety, kitchen, planning.

Geleneksel Lezzet İçli Köftenin Yeniden Yorumu: Glutensiz İçli Köfte ve Vegan İçli Köfte

Dr. Öğr. Üyesi Esra DOĞU BAYKUT

İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
esra.dogubaykut@medeniyet.edu.tr
ORCID: 0000-0002-9441-927X

Özet

Son yıllarda sağlık, çevresel ve etik kaygılar sebebiyle dünya çapında vegan, vejetaryan, glutensiz, ketojenik vb. çeşitli beslenme anlayışlarını benimseyen kişi sayısı hızla artmaktadır. Bu beslenme alışkanlıklarının hızla yayılmasıyla hem bu beslenme alışkanlıklarına yönelik yiyecek içecek işletmelerinin sayısı hızla artmakta hem de işletmeler bu kişilere yönelik ürünleri de ürün portföylerine eklemektedirler. Geleneksel yemeklerin bu kişilere uygun hale getirilmesi, onların bu kültürel mirasa erişebilmelerini sağlamak ve birlikte yemek yeme deneyimini daha kapsayıcı hale getirmektedir. Ayrıca geleneksel yemeklerin alternatif versiyonlarının sunulması, turizm açısından çekiciliği artırmaktadır. Farklı beslenme alışkanlıklarına uygun alternatiflerin sunulması kültürel mirasın modern yaşamla bağını güçlendirmesi açısından da önemlidir. Bu çalışmada geleneksel, glutensiz ve vegan olmak üzere 3 farklı içli köfte reçetesi çalışılmıştır. Panelistler içli köfteleri koku, renk, tat, koku ve genel beğenilirlik açısından değerlendirmiştir. İçli köfteler arasında anlamlı bir fark olup olmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile tespit edilmiş ve ANOVA sonuçlarına göre içli köfteler arasında $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklar görüldüğü için *Tukey* testi uygulanmıştır. Geleneksel içli köfte ve vegan içli köfte renk, tat, koku ve genel beğenilirlik açısından birbirinden anlamlı düzeyde farklı bulunmamıştır ($p > 0,05$). Glutensiz içli köfte tüm kriterlerde diğer iki içli köfteden daha düşük puanlar almış ve anlamlı düzeyde farklı bulunmuştur ($p < 0,05$). Gelecek çalışmalarda glutensiz içli köftenin reçetesi farklı malzemeler ile geliştirilebilir ya da diğer geleneksel yemeklerin farklı beslenme alışkanlıkları olan bireyler için yeniden yorumlanmasıyla alternatif ürünler hazırlanabilir.

Anahtar Kelimeler: İçli köfte, glutensiz, vegan, duyuşal değerlendirme.

A Reinterpretation of the Traditional Stuffed Meatballs: Gluten-Free Stuffed Meatballs and Vegan Stuffed Meatballs

Abstract

In recent years, due to health, environmental, and ethical concerns, the number of people adopting various dietary approaches, such as vegan, vegetarian, gluten-free, and ketogenic, has been rapidly increasing worldwide. With the rapid spread of these dietary habits, the number of food and beverage establishments catering to these dietary habits is increasing rapidly, and businesses are adding products specifically for these individuals to their product portfolios. Adapting traditional dishes to these individuals provides them with access to this cultural heritage and makes the experience of dining together more inclusive. Furthermore, offering alternative versions of traditional dishes increases their appeal to tourists. Offering alternatives suitable for different dietary habits is also important for strengthening the connection of cultural heritage with modern life. In this study, three different içli köfte recipes were studied: traditional, gluten-free, and vegan. Panelists evaluated the içli köfte in terms of aroma, color, taste, flavor, and overall liking. A one-way analysis of variance (ANOVA) was used to determine whether there was a significant difference between the stuffed meatballs. A Tukey test was applied

because the ANOVA results indicated significant differences between the stuffed meatballs at $p<0.05$. Traditional and vegan stuffed meatballs were not significantly different from each other in terms of color, taste, smell, and overall likability ($p>0.05$). Gluten-free stuffed meatballs scored lower than the other two stuffed meatballs across all criteria and were found to be significantly different ($p<0.05$). Future studies could improve the gluten-free stuffed meatball recipe with different ingredients, or alternative products could be prepared by reinterpreting other traditional dishes for individuals with different dietary habits.

Keywords: Turkish stuffed meatball, gluten-free, vegan, sensory evaluation.

Mutfak Trendleri ve Tek Kültürleşme: Gastronomi Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma

Lisansüstü Öğrenci, Beyza DALGIN

İstanbul Kent Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
235052031@ogr.kent.edu.tr
ORCID: 0009-0004-1983-1602

Dr. Öğr. Üyesi Hilal KESKİN

İstanbul Kent Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
hilal.keskin@kent.edu.tr
ORCID: 0009-0004-1983-1602

Özet

Günümüzde ön plana çıkan dijital medyanın etkisiyle beraber şekillenen mutfak trendleri; malzeme tercihlerinden, sunum tekniklerine tüketici alışkanlıkları gibi geniş bir yelpazede belirleyici bir rol almaktadır. Trendler gastronomi dünyasında yenilikçiliği teşvik ederken diğer yandan da yerel mutfak kültürlerinin görünürlüğünü azaltma riski taşıdığı görülmektedir. Küresel mutfak trendlerinin yaygınlaşması, geleneksel tariflerin veya yerel tatların kültürel yemek pratiklerinin homojenleşme eylemine maruz kalmasına yol açabilmektedir. Bu durum beraberinde sosyal bilimlerde ortaya çıkan tek kültürleşme kavramı ile açıklanmaktadır. Tek kültürleşme kavramı, farklı kültürlerin, baskın bir kültürel yapıya entegre olmasıyla özgünlüklerini yitirme süreci olarak tanımlanmaktadır. Bu süreçten etkilenen gruplar arasından biri de gastronomi eğitimi alan öğrencilerdir. Gastronomi eğitimi alan öğrenciler, dijital medyayı kullanarak güncel mutfak trendleriyle iç içe eğitim alırken bu trendleri şekillendirecek profesyoneller olarak yetişmektedir. Bu bireylerin mutfak trendlerine yönelik tutum ve davranışları sadece mesleki tercihleri açısından sınırlı kalmayarak kültürel kimlik algılarının oluşumu ve korunması açısından önemlidir. Bu sebeple gastronomi eğitimi alan öğrencilerin küresel mutfak trendlerine karşı geliştirdikleri ve yenilik getirdikleri bu yaklaşımların, kültürel çeşitliliğin sürdürülebilirliği açısından incelenmesi gerekmektedir. Gastronomi trendleri, gastronomi öğrencileri ve geleceğin mutfak profesyonelleri ile birlikte kültürel mirasın taşıyıcıları olarak önemli bir konuma sahiptir. Bu araştırma, küresel mutfak trendlerinin gastronomi eğitimi alan öğrencilerinin bakış açılarıyla birlikte kültürel kimlik üzerindeki etkisini inceleyerek tek kültürleşme kavramı bağlamında ne şekilde yeniden dönüştüğünü incelemektedir. Araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılarak nicel yöntem benimsenmektedir. Anket formu eğitim gören öğrenciler için mutfak trendlerine yönelik tutumlar, demografik bilgiler ve tek kültürleşme kapsamındaki ifadelerden oluşmaktadır. Kullanılacak olan veriler çevrimiçi ortamda toplanmaktadır. Araştırmanın tamamlanmasında elde edilecek bulgular, gastronomi eğitimi alan öğrencilerin trend ve küresel mutfak trendlerine olan yaklaşımlarıyla beraber kültürel kimlik algıları arasındaki ilişki ortaya konulması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, mutfak trendleri, tek kültürleşme, kültürel kimlik, küreselleşme.

Culinary Trends and Monoculturation: A Study on Gastronomy Students

Abstract

With the growing influence of digital media, contemporary culinary trends have increasingly shaped various aspects of the gastronomy field—from ingredient choices and presentation techniques to consumer habits. While these trends often promote innovation within the culinary world, they also carry the risk of diminishing the visibility of local culinary cultures. The widespread dissemination of global culinary trends can lead to the homogenization of traditional recipes and local flavors, overshadowing diverse cultural food practices. This phenomenon aligns with the concept of monoculturalization that has emerged in the social sciences. Monoculturalization refers to the process by which diverse cultures are assimilated into a dominant cultural structure, leading to the loss of their uniqueness. One of the groups affected by this process is students receiving education in gastronomy. These students are immersed in current culinary trends through digital media during their education and are trained to become professionals who will shape future trends. Their attitudes and behaviors toward culinary trends are not limited to their professional preferences; they also play a crucial role in the formation and preservation of their cultural identity. For this reason, it is important to examine how the approaches developed and innovations introduced by gastronomy students in response to global culinary trends contribute to the sustainability of cultural diversity. Culinary trends, along with gastronomy students and future kitchen professionals, hold a significant role as carriers of cultural heritage. This study aims to explore how global culinary trends influence cultural identity from the perspectives of gastronomy students, and how this transformation occurs within the framework of monoculturalization. The study adopts a quantitative approach using a questionnaire as the primary data collection tool. The questionnaire includes items on attitudes toward culinary trends, demographic information, and statements related to monoculturalization, and is administered to students currently enrolled in gastronomy programs. Upon completion of the study, the findings are expected to reveal the relationship between gastronomy students' perceptions of culinary trends and global kitchen movements, and their sense of cultural identity.

Keywords: Gastronomy, culinary trends, monoculturation, cultural identity, globalization.

Hasat Turizminde Deneyimsel Gastronominin Yeri

Dr. Öğr. Üyesi.Elanur ŞAHİN

İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
elanur.sahin@iste.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9971-2566

Prof. Dr. Menekşe CÖMERT

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
menekse.comert@hbv.edu.tr
ORCID: 0000-0002-1627-4343

Özet

Hasat turizmi, tarımsal üretim süreçlerinin doğrudan turist deneyimlerine dahil olduğu, kırsal yaşam ile iç içe geçmiş bir turizm türü olarak dikkat çekmektedir. Popülaritesinin artmasıyla birlikte gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen etkinlikler çeşitlilik göstermeye başlamıştır. Hasat turizmi ile gastronomi turizminin kesiştiği noktada deneyimsel faaliyetler ön plana çıkmaktadır. Buradan hareketle bu araştırmada hasat turizminin deneyimsel gastronomiyle entegrasyonunun incelenmesi hedeflenmiştir. Bu doğrultuda araştırma durum araştırma deseni de tasarlanmıştır. Araştırmada veri toplama tekniği olarak doküman inceleme tercih edilmiştir. Öncelikle hasat turizmi ve deneyimsel gastronominin teorik temelleri üzerinde durulmuştur. Deneyimsel gastronomi, gastronomi ve turizmin birleşimi olarak, ziyaretçilere yalnızca yemek yeme değil, yerel gıdaların üretim süreçlerine katılma fırsatı da sunmaktadır. Bu bağlamda, hasat turizmi, yerel mutfak kültürünü deneyimleme ve öğrenme imkânı sağlayarak, turizmde duysal ve katılımcı bir yaklaşım ortaya koymaktadır. Ulusal ve uluslararası ölçekte düzenlenen hasat festivalleri, içerdği gastronomi deneyimine yönelik etkinliklerle destinasyon markalaşmasını güçlendirmekte ve yerel kimliği pekiştirmektedir. Hasat turizmi ve deneyimsel gastronomi birleşimi, sadece ekonomik kalkınmaya katkı sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda turistlerin tarımsal üretim süreçlerine dair farkındalıklarını artırarak, kültürel sürdürülebilirliğe de hizmet etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kırsal turizm, tarım turizmi, deneyimsel pazarlama, hasat turizmi, deneyimsel gastronomi

The Place of Experiential Gastronomy in Harvest Tourism

Abstract

Harvest tourism draws attention as a type of tourism intertwined with rural life, where agricultural production processes are directly involved in tourist experiences. With its increasing popularity, the activities carried out within the scope of gastronomy tourism have started to diversify. At the intersection of harvest tourism and gastronomy tourism, experiential activities come to the fore. Therefore, this study aims to examine the integration of harvest tourism with experiential gastronomy. In this context, the research was designed as a case study. Document review was chosen as the data collection technique for the research. First, the theoretical foundations of harvest tourism and experiential gastronomy were examined. Experiential gastronomy, as a combination of gastronomy and tourism, offers visitors not only the opportunity to eat, but also to participate in the production processes of local foods. In this context, harvest tourism presents a sensory and participatory approach to tourism by providing opportunities to

experience and learn about local culinary culture. Harvest festivals organized at the national and international levels strengthen destination branding and reinforce local identity through activities related to the gastronomic experience they offer. The combination of harvest tourism and experiential gastronomy not only contributes to economic development but also serves cultural sustainability by increasing tourists' awareness of agricultural production processes.

Keywords: Rural tourism, Agrotourism, experiential marketing, harvest tourism, experimental gastronomy

Yöresel Yemek Kitabı Yazımı: Kültürel, Coğrafi ve Toplumsal Bir Rehber

Dr. Öğr. Üyesi Erol TAŞKIN

Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
erol.taskin@gibtu.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4799-0833

Arş. Gör. Çağlar BAYAR

Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
caglar.bayar@gibtu.edu.tr
ORCID: 0009-0009-0049-2942

Özet

Bu çalışma, yöresel yemek kitabı yazımına yönelik kapsamlı bir rehber sunmayı amaçlamaktadır. Yöresel yemek kavramı; coğrafi köken, tarihsel bağlam, kültürel önem, malzeme özgünlüğü ve toplumsal sahiplenme kriterleriyle tanımlanmaktadır. Bu kriterler, yöresel yemeklerin bir bölgenin ekolojik, tarihsel ve toplumsal kimliğini yansıtan kültürel miras unsurları olduğunu vurgulamaktadır. Çalışma, yöresel yemeklerin ulusal ve uluslararası yemeklerden ayrımını analiz ederek kültürel ve coğrafi bağlamlarını açıklığa kavuşturmaktadır. Örneğin, Adana kebabı yöresel, mantı ulusal, döner ise uluslararası bir yemek olarak sınıflandırılmaktadır. Bildiri, yöresel yemeklerin kimliğini koruma ve aktarma süreçlerini akademik bir çerçevede ele almakta ve yemek kitabı yazarlarına sistematik bir yol haritası sunmaktadır. Bu rehber, saha araştırmalarından (sözlü tarih, arşiv belgeleri) tarif standartlaştırmaya, kültürel bağlamın sunumundan görsel estetiğe kadar pratik öneriler içermektedir. Yazarlara, yerel kaynaklarla çalışma, tarifleri otantikliğini koruyarak standardize etme ve yemeklerin hikayelerini görsel unsurlarla zenginleştirme önerileri sunulmaktadır. Ayrıca, yöresel yemeklerin küresel mutfak trendleriyle entegrasyonu tartışılmakta ve bu yemeklerin sürdürülebilirliği için coğrafi işaretlerin önemi vurgulanmaktadır. UNESCO'nun Somut Olmayan Kültürel Miras Sözleşmesi'ne atıfla, yöresel yemeklerin kültürel değerinin korunması gerektiği belirtilmektedir. Bu bağlamda, yöresel yemek kitaplarının hem kültürel hem de akademik değerini artırarak, gelecekteki araştırmalara yön göstermeyi hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, kültürel miras, tarif standardizasyonu, yemek kitabı yazımı, yöresel yemekler.

Writing a Traditional Cuisine Book: A Cultural, Geographical, and Societal Guide

Abstract

This study aims to provide a comprehensive guide for writing regional cookbooks. The concept of regional cuisine is defined through criteria such as geographical origin, historical context, cultural significance, ingredient authenticity, and community ownership. These criteria highlight that regional dishes are cultural heritage elements reflecting the ecological, historical, and social identity of a region. The study analyzes the distinction between regional, national, and international dishes, clarifying their cultural and geographical contexts—for example, Adana kebab is classified as regional, mantı as national, and döner as international. The paper addresses the processes of preserving and transmitting the identity of regional dishes within an academic framework and offers a systematic roadmap for cookbook authors. This guide includes practical recommendations ranging from field research (oral histories, archival documents) and recipe standardization to the presentation of cultural context and visual aesthetics. Authors are encouraged to work with local sources, standardize recipes while maintaining their authenticity, and enrich the stories of dishes with visual elements. Furthermore, the integration of regional cuisines into global culinary trends is discussed, and the importance of geographical indications for their sustainability is emphasized. With reference to UNESCO's Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage, the necessity of preserving the cultural value of regional dishes is underlined. In this context, the study aims to enhance the cultural and academic value of regional cookbooks and to guide future research in this field.

Keywords: Gastronomy, cultural heritage, recipe standardization, cookbook writing, regional cuisine.

Gıda Güvenliğinde Yenilikçi Yaklaşımlar ve Yapay Zekâ Tabanlı Sistemler

Doç. Dr. İbrahim ÇEKİÇ

Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ibrahim.cekic@gibtu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7375-1866

Arş. Gör. Çağlar BAYAR

Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
caglar.bayar@gibtu.edu.tr
ORCID: 0009-0009-0049-2942

Özet

Gıda güvenliği, insan sağlığını koruma ve sürdürülebilir gıda sistemleri oluşturma açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu çalışma, gıda güvenliğinin tarihsel gelişimini, günümüzde karşılaşılan tehditleri, teknolojik yeniliklerin rolünü, yapay zekânın (YZ) katkılarını ve bu süreçteki zorlukları kapsamlı bir şekilde ele almaktadır. Gıda güvenliği, gıdanın üretimden tüketime kadar zararlı unsurlardan korun-masını hedeflemektedir. Bu kavram, tarihsel süreçte Sanayi Devrimi'nden Codex Alimentarius'a kadar uzanan önemli bir gelişim göstermiştir. Günümüzde mikrobiyal riskler, sahtecilik ve tedarik zinciri aksamaları gibi tehditler, küresel mevzuat ve standartlarla kontrol altına alınmaya çalışılmaktadır. Sensör teknolojileri, blockchain, IoT (Internet of things) ve nanoteknoloji, gıda zincirinde izlenebilirlik, kalite kontrol ve risk yönetimini güçlendirirken, gerçek zamanlı izleme, erken uyarı sistemleri, soğuk zincir optimizasyonu ve akıllı ambalajlama, gıda güvenliğini ve sürdürülebilirliği artırmaktadır. YZ risk tahmini, görüntü işleme, doğal dil işleme ve denetim sistemlerinde devrim yaratarak gıda güvenliğini daha etkin hale getirmektedir. Ancak, veri gizliliği, algoritma güvenilirliği, sistem entegrasyonu, eğitimli iş gücü eksikliği ve dijital dönüşümdeki adaptasyon zorlukları, bu teknolojilerin yaygınlaşmasını engellemektedir. Gelecekte, YZ'nin etik ve kapsayıcı kullanımı, gıda israfını azaltarak ve kaynak verimliliğini artırarak sürdürülebilir gıda sistemleri oluşturma potansiyeline sahiptir. Bu çalışma, gıda güvenliğinde yenilikçi teknolojilerin dönüştürücü gücünü ve bu alandaki etik-pratik zorlukları ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gıda güvenliği, sürdürülebilirlik, yapay zekâ, yenilikçi teknolojiler.

Innovative Approaches and Artificial Intelligence-Based Systems in Food Safety

Abstract

Food safety holds critical importance in protecting human health and establishing sustainable food systems. This study comprehensively examines the historical development of food safety, current threats, the role of technological innovations, contributions of artificial intelligence (AI), and the challenges encountered in this process. Food safety aims to protect food from harmful agents throughout the production-to-consumption continuum. This concept has undergone significant evolution, spanning from the Industrial Revolution to the Codex Alimentarius. Presently, microbial risks, food fraud, and supply chain disruptions are addressed through global regulations and standards. Sensor technologies, blockchain, IoT, and nanotechnology enhance traceability, quality control, and risk management within the food chain, while real-time monitoring, early warning systems, cold chain optimization, and smart packaging contribute to improving food safety and sustainability. AI-driven risk prediction, image processing, natural language processing, and inspection systems are revolutionizing food safety by increasing its effectiveness. However, issues such as data privacy, algorithm reliability, system integration, lack of trained workforce, and adaptation challenges in digital transformation hinder the widespread adoption of these technologies. In the future, ethical and inclusive use of AI has the potential to reduce food waste and enhance resource efficiency, thereby supporting the development of sustainable food systems. This study highlights the transformative power of innovative technologies in food safety alongside the ethical and practical challenges within this domain.

Keywords: Food safety, sustainability, artificial intelligence, innovative technologies.

Regular Show Animasyon Dizisinde Yer Alan Kurgusal Yiyeceklerin Gastronomi ve Sosyal Medya Ekseninde Değerlendirilmesi

Lisansüstü Öğrenci, Zülal HACIMUSAOĞLU

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
A.B.D.

hacimusaoglu.zulal@ogr.hbv.edu.tr
ORCID: 0009-0002-0115-4805

Prof. Dr. Semra AKAR ŞAHİNGÖZ

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,
semra.sahingoz@hbv.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6727-5277

Özet

Bu çalışma, bir animasyon yapımında yer alan kurgu yiyeceklerin günlük hayata ve izleyiciler tarafından algılanma şekillerinin incelenmesi ve bu yiyeceklerin gerçek hayata nasıl taşındığının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın odağında Cartoon Network yapımı “Regular Show” adlı animasyon dizisinin beslenme temalı bölümleri yer almaktadır. Çalışmada, söz konusu bölümlerdeki yiyecek imajları ve yemek sahneleri görsel sunum ve sahneleme açısından analiz edilmiştir. Bu araştırma, nitel araştırma yaklaşımına dayalı olarak tasarlanmıştır. Araştırmada betimsel analiz yöntemi kullanılarak Regular Show yapımında yer alan gastronomik temsiller görsel anlatım bağlamında incelenmiştir. Araştırmanın evrenini, animasyon yapımlarında yer alan gastronomik unsurlar oluşturmaktadır. Örneklem kapsamında Regular Show adlı animasyon dizisinin gastronomi teması barındıran bölümleri seçilmiştir. Verilerin toplanmasında doküman analizi tekniği kullanılmıştır. İzleyici algısını belirlemek amacıyla Reddit platformundaki kullanıcı yorumları ve “Babish Culinary Universe” adlı YouTube kanalının Regular Show ile ilgili olarak geliştirdiği reçete videoları doküman analizi yoluyla incelenmiştir. Bu içerikler aracılığıyla izleyicilerin kurgu yiyeceklerle olan ilişkileri ve bu yiyeceklerin gerçekliğe aktarılma süreci analiz edilmiştir. İzleyicilerin bu yiyeceklere verdiği tepkiler yalnızca gastronomik bir merak olarak kalmamakta, aynı zamanda onları içerik üretmeye ve topluluklar arası etkileşime yönlendirmektedir. YouTube gibi platformlarda içerik üreticileri tarafından yapılan reçeteler “prosumer” kavramının günümüzde nasıl bir işlev kazandığını ortaya koymaktadır. Bu kurgusal yiyeceklerin gerçek hayatta üretilmesi medya ile mutfak arasında yeni bir köprü kurmaktadır. Bu bağlamda animasyon ile gastronomi arasındaki ilişki görsellikle sınıllı kalmamakta içerik üretimi, paylaşım kültürü ve topluluk etkileşimi gibi faktörlerle yeniden şekillenmektedir. Bu dönüşüm gastronomik üretim alanlarının çeşit çeşitliliğini göstermektedir. Araştırma sonucunda animasyon dizilerinde yer alan kurgusal yiyeceklerin izleyicide merak ve deneyimleme arzusu uyandırdığı görülmüştür. Bu tür içeriklerin dijital platformlarda yeniden üretilmesi medya ile mutfak arasında yeni bir köprü kurmaktadır. Bu durum gerçek yaşamdaki yemek kültürüne de katkıda bulunmaktadır. Regular Show’da yer alan Grill’em up yemek karavanı ile iki girişimci tarafından işletilen Grill’em all yemek karavanı arasındaki benzerlikler bu katkının somut bir örneğidir.

Anahtar Kelimeler: Animasyon, gastronomi, regular show, popüler kültür, üreten tüketici

An Evaluation of Fictional Foods in Regular Show within the Context of Gastronomy and Social Media

Abstract

This study aims to examine the effects of fictional foods featured in an animated production on viewers and to understand how these foods are translated into real life. The focus of the research is on food – themed episodes of the Cartoon Network animated series Regular Show. The study analyzes the food imagery and eating scenes in these episodes in terms of visual presentation and staging. This research is designed based on a qualitative research approach. Using the descriptive analysis method, the gastronomic representations in Regular Show were examined within the context of visual storytelling. The population of the study consists of gastronomic elements featured in animated productions. As a sample, the episodes of Regular Show that include a gastronomy theme were selected. The data was collected using the document analysis technique. In order to determine viewer perception, user comments from the REddit platform and recipe videos related to Regular Show created by the YouTube channel Babish Culinary Universe were analyzed through document analysis. Through these materials, the relationship between viewers and fictional foods, as well as the process by which these foods are brought into reality, was examined. As a result of the study, it was found that fictional foods in animated series evoke curiosity and a desire for experience for among viewers; furthermore these elements influence consumer culture and digital gastronomy content. It was also concluded that such content contributes to real – life food culture through reproduction on digital platforms. The study aims to offer a perspective on how the interaction between gastronomy and media shapes consumption behaviors, particularly among younger audiences.

Keywords: Animation, gastronomy, regular show, popular culture, prosumer.

İstanbul İli Balat Semtinde Yaşamış Kadim Kùltürlerin Türk Mutfak Kùltürüne Etkileri

Lisansüstü Öğrenci, Elif Tuğçe Öztürk,

İstanbul Topkapı Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi Ve Mutfak Sanatları A.B.D.
tugcoztrk@gmail.com
ORCID: 0009-0002-2518-665X

Doç. Dr. Gül Yılmaz

İstanbul Topkapı Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Bölümü
gulyilmaz@topkapi.edu.tr
ORCID: 0000-0002-1882-867X

Özet

Tarihi boyunca farklı uluslara ev sahipliği yapan, birçok kùltür çeşitliliği bulunan İstanbul ve İstanbul'u oluşturan semtleri Türk mutfak kùltürünün şekillenmesinde önemli rol oynamıştır. Balat semti bu semtlerin başında gelmektedir. Bu çalışmanın ana konusu İstanbul'un çok katmanlı tarihine sahip Balat semtinde yüzyıllar boyunca birlikte yaşamış olan kadim kùltürlerin (Rum, Ermeni, Yahudi, Bulgar) Türk mutfak kùltürü üzerindeki etkilerini incelemektir. Farklı etnik ve dini grupların uzun yıllar bir arada yaşadığı Balat semti, hem tarihsel hem de mekânsal özellikleriyle kùltürel geçişkenliğin ve etkileşimin belirgin olarak gözlemlenebildiği bir yerleşim alanıdır. Mutfak kùltürü bu çok kùltürlü yapının en somut yansımalarından biridir. Bu bağlamda araştırmanın temel amacı, kadim kùltürlerin mutfak geleneklerinin Türk mutfağına olan yansımalarını ortaya koyarak bu kùltürel birikimin günümüz mutfağındaki izlerini görünür kılmak ve semtin gastronomi mirasını belgelemektir. Araştırmada nitel yöntem benimsenmiş; veri toplama sürecinde amaca yönelik kolayda örneklem tekniği ile belirlenen 12 katılımcı ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar arasında Balat'ta yaşamış bireyler, yerel esnaf ve kùltürel gastronomi alanında bilgi sahibi kişiler yer almıştır. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiş, görüşmelerde aktarılan anekdotlar, tarifler, dini ritüeller ve toplumsal gözlemler başlıklar altında sınıflandırılmıştır. Bu araştırma, sadece yemek tariflerinin aktarımını değil, aynı zamanda kimlik, kùltürel bellek ve toplumsal yaşamın mutfak pratiklerine nasıl yansıdığını anlamaya yönelik önemli ipuçları sunmaktadır. Bulgular, semtte yaşamış, Rum, Ermeni, Yahudi ve kısmen Bulgar halkın mutfaklarının; malzeme kullanımı, pişirme yöntemleri, bayram yemekleri ve sofraya düzeni gibi alanlarda Türk mutfağına etkide bulunduğunu ve kendi mutfaklarının da etkilendiğini göstermektedir. Bu etkileşim kùltürel kimliğin ve toplumsal hafızanın mutfak aracılığıyla nasıl korunduğunu da ortaya koymaktadır. Çalışma, gastronomik çeşitliliğin tarihsel arka planını irdeleyerek, literatürde Balat semtinin kùltürel mirasına dair araştırmalara katkı sunmayı ve Türk mutfak kùltürünün çok katmanlı yapısını akademik olarak belgelemeyi hedeflemektedir. Bu yönüyle araştırma, geçmişten günümüze taşınan kùltürel değerlerin mutfak aracılığıyla korunmasına katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Mutfak kùltürü, Türk mutfak kùltürü, İstanbul mutfak kùltürü, Balat semti, kadim kùltürler.

The Influence of Ancient Cultures Living in the Balat District of Istanbul on Turkish Culinary Culture

Abstract

Throughout history, Istanbul has hosted various nations and displayed significant cultural diversity, with its districts playing an essential role in shaping Turkish culinary culture. Among these, the Balat district stands out prominently. The main subject of this study is to examine the influence of ancient cultures—Greek-origin, Armenian, Jewish, and Bulgarian communities—who have lived together for centuries in Balat, a district with a deeply layered historical background, on Turkish culinary culture. Balat, where different ethnic and religious groups coexisted for many years, is a settlement where cultural fluidity and interaction can be clearly observed in both historical and spatial terms. Culinary culture is one of the most concrete reflections of this multicultural structure. Accordingly, the main objective of the research is to reveal how the culinary traditions of ancient cultures have influenced Turkish cuisine, to make visible the traces of this cultural accumulation in today's cuisine, and to document the gastronomic heritage of the district. A qualitative method was adopted in the research; during the data collection process, twelve participants were selected using purposive convenience sampling, and semi-structured in-depth interviews were conducted. Participants included individuals who had lived in Balat, local tradespeople, and those with knowledge in the field of cultural gastronomy. The data obtained were analyzed through content analysis, and the anecdotes, recipes, religious rituals, and social observations shared during the interviews were categorized under thematic headings. This research not only transmits culinary recipes but also offers important insights into how identity, cultural memory, and social life are reflected in food practices. The findings show that the cuisines of Greek-origin, Armenian, Jewish, and to some extent Bulgarian communities have influenced Turkish cuisine in areas such as ingredient use, cooking methods, holiday dishes, and table arrangements, while also being influenced themselves. This interaction also reveals how cultural identity and social memory are preserved through food. The study aims to contribute to the literature on Balat's cultural heritage by examining the historical background of gastronomic diversity and to document the multilayered structure of Turkish culinary culture academically. In this respect, the research contributes to the preservation of cultural values carried from the past to the present through cuisine.

Keywords: Culinary culture, Turkish culinary culture, Istanbul culinary culture, Balat district, ancient cultures.

Tiyatro Sofrada: Yaratıcı Turizm Bağlamında Dramatik Yemek Deneyiminin Tripadvisor Yorumlarıyla İncelenmesi

Doç. Dr. Alev Sökmen

Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
yberaslan@kastamonu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2143-839X

Arş. Gör. Yağız Batuhan ERASLAN

Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
yberaslan@kastamonu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8047-5943

Arş. Gör. Ahmet Tuğrul KARAMUSTAFA

Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
tkaramustafa@kastamonu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2456-8616

Özet

Çalışma, gastronomi, tiyatro ve yaratıcı turizm alanlarını bir araya getiren özgün bir deneyim biçimini incelemektedir. Ankara'da faaliyet gösteren bir restoranda gerçekleştirilen teatral yemek sunumu, ziyaretçilerin sadece izleyici değil, aynı zamanda performansın aktif bir katılımcısı olarak deneyime dâhil olmalarını sağlamaktadır. Bu bağlamda çalışma, yaratıcı turizm ek-seninde geliştirilen "gastrodrama" kavramını kuramsal bir temel üzerinden açıklamakta ve söz konusu deneyimin TripAdvisor platformunda paylaşılan 303 kullanıcı yorumu üzerinden tematik içerik analiziyle değerlendirmektedir. Bulgular, ziyaretçilerin deneyimi duysal zenginlik, atmosferin teatral yapısı, katılım düzeyi ve tekrar tercih etme isteği gibi çok boyutlu temalar çer-çevesinde algıladıklarını ortaya koymaktadır. Çalışma, yaratıcı turizmin estetik, duysal ve ka-tılımcı yönlerini bir arada ele alarak gastronomik performansların kültürel ve turistik değerine dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcı turizm, gastrodrama, tiyatro, gastronomi deneyimi, Tripadvisor.

Theatre at the Table: An Analysis of the Dramatic Culinary Experience within the Context of Creative Tourism through Tripadvisor Reviews

Abstract

This study explores a unique experiential form that brings together the fields of gastronomy, theatre, and creative tourism. The theatrical dining experience held in a restaurant operating in Ankara enables visitors not only to be spectators but also to actively participate in the performance. In this context, the study provides a theoretical grounding for the concept of "gastrodrama," developed within the framework of creative tourism, and evaluates this experience

through a thematic content analysis of 303-user reviews shared on the TripAdvisor platform. The findings reveal that visitors perceive the experience through multidimensional themes such as sensory richness, the theatrical nature of the atmosphere, level of participation, and willingness to revisit. By addressing the aesthetic, sensory, and participatory dimensions of creative tourism, the study highlights the cultural and touristic value of gastronomic performances.

Keywords: Creative tourism, gastrodrama, theatre, gastronomic experience, Tripadvisor.

Restoran İşletmelerinde Sürdürülebilirlik Uygulamaları: Türkiye ve Dünyadan Uygulama Örnekleri

Öğr. Gör. Melih İÇİGEN

Kapadokya Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
melih.icigen@kapadokya.edu.tr
ORCID: 0000-0002-4173-505X

Özet

Küresel çapta çevresel sorunların artması, sürdürülebilirlik kavramını her sektörde olduğu gibi restoran işletmeciliğinde de ön plana çıkarmaktadır. Nüfus artışı ve sanayileşmenin doğal kaynaklar üzerindeki baskısının artması, bu kaynakların dikkatli yönetimini zorunlu kılmış ve böylece ekonomik ve sosyal tüketimde sürdürülebilir bir çevre için yeni bir yönetim yaklaşımını teşvik etmiştir. Sürdürülebilirlik; yerel yönetimlerle iş birliği yaparak tedarik zincirlerini sadeleştirme, enerji ve su kullanımını optimize etme ve maliyetler ile karbon ayak izini yönetmeye yönelik politikaların uygulanması gibi girişimleri kapsar. Literatürde bu tür faaliyetler "yeşil restoran" ve "çevre dostu restoran" gibi çeşitli terimlerle anılmakta olup, WWF ve GRA gibi kuruluşlar bu işletmelere akreditasyon sağlamaktadır. Çalışmada bütüncül bir analitik yaklaşıma dayanan nitel bir araştırma tasarımı kullanılmıştır. Veriler akademik makalelerden ve restoranların resmi raporlarından elde edilmiştir. Elde edilen bilgiler, betimsel analiz yöntemiyle belirlenen temalar altında sınıflandırılmış; restoranlar yerel tedarik, enerji verimliliği, atık yönetimi, sürdürülebilir gıda ve sertifikasyon gibi kriterlere göre analiz edilmiştir. Çalışma kapsamında Türkiye'den Hiç Lokanta, Neolokal ve Sunset Grill & Bar gibi restoranların yanı sıra yurtdışından Brae (Avustralya), Silo (İngiltere) ve Haoma (Tayland) gibi restoranlar sürdürülebilirlik kriterleri doğrultusunda uygulamaları örneklenmiştir. Özellikle Hiç Lokanta, EcoCOOK sertifikası ve kendi üretim alanları ile ön plana çıkarken; Brae tamamen entegre bir çevreci yapı ve toplumsal fayda ekseninde çalışmaktadır. Türkiye'deki işletmeler yerel kaynak kullanımında öne çıksa da bazı uygulamalarda küresel örneklerin gerisinde kaldığı görülmektedir. Araştırma, sürdürülebilir restoran uygulamalarının çok boyutlu bir yapıya sahip olduğunu göstermekte ve bu bağlantıların sistematik şekilde geliştirilmesinin etkin kalkınma açısından önemini vurgulamaktadır. Türkiye'deki restoranların uluslararası sürdürülebilirlik derecelendirmelerine ulaşabilmeleri için bu uygulamaların daha kapsamlı biçimde benimsenmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir restoran, sürdürülebilirlik uygulamaları, yeşil restoran.

Sustainability Practices in Restaurant Management: Case Examples from Türkiye and Around the World

Abstract

The growing severity of global environmental challenges has brought the concept of sustainability to the forefront across all sectors, including restaurant management. The increasing pressure on natural resources due to population growth and industrialization has necessitated careful management, thereby promoting new managerial approaches to foster sustainability in both economic and social consumption. Sustainability encompasses a range of initiatives, including simplifying supply chains in collaboration with local authorities, optimizing energy and water use, and implementing policies to manage operational costs and carbon footprints. In the literature, such practices are described as "green restaurant" or "environmentally friendly

restaurant," and organizations such as WWF and the Green Restaurant Association (GRA) provide certification for establishments that meet these criteria. This study employs a qualitative research design based on a holistic analytical approach. Data were collected from academic articles and the official reports of restaurants. The information was categorized through descriptive analysis and evaluated according to criteria such as local sourcing, energy efficiency, waste management, sustainable food practices, and certification status. The study examines sustainability practices implemented by notable restaurants in Türkiye—including Hiç Lokanta, Neolokal, and Sunset Grill & Bar—as well as international examples such as Brae (Australia), Silo (United Kingdom), and Haoma (Thailand). Hiç Lokanta stands out with its Eco-COOK certification and in-house production, while Brae represents a fully integrated environmental model with a strong emphasis on social benefit. Although restaurants in Türkiye demonstrate strengths in local sourcing, they are found to lag behind international counterparts in several other areas of sustainability practice. The findings indicate that sustainable restaurant operations are inherently multidimensional and highlight the importance of systematically developing these aspects for sustainable development. For restaurants in Türkiye to attain international sustainability standards, more comprehensive adoption and integration of such practices are essential.

Keywords: Sustainability, sustainable restaurant, sustainability practices, green restaurant.

Anadolu Aromasının Moleküler Yorumlanması: Gilaburu Suyunun Modern Sunumu

Doç. Dr. İbrahim Akın ÖZEN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
akin@nevsehir.edu.tr
ORCID: 0000-0003-1172-5448

Lisansüstü Öğrenci, Halil Ercan KOCATAŞ

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Araştırmaları Enstitüsü,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
ercankocatas@hotmail.com
ORCID: 0009-0000-1580-8481

Özet

Bu çalışma, moleküler gastronomi tekniklerinin yerel bir ürün olan gilaburu meyvesine uygulanabilirliğini araştırmak amacıyla yürütölmüştür. Gilaburu (*Viburnum opulus*), Türkiye'nin İç Anadolu Bölgesi'nde yetişen, fonksiyonel özelliklere sahip ve özellikle Kayseri yöresinde geleneksel olarak tüketilen bir meyvedir. Araştırmanın amacı, gilaburu suyunun üç farklı moleküler gastronomi tekniğıyle – sferifikasyon, tozlaştırma ve jelleştirme – yeniden yorumlanması ve duyuşal-sunumsal açıdan değerlendirilmesidir. Çalışmada deneysel uygulama yöntemi benimsenmiştir. Herhangi bir katkı veya ön işlem uygulanmadan, doğal yöntemle elde edilen gilaburu suyu üç farklı teknikle işlenmiştir. Teknikler, profesyonel mutfak ortamında gerçekleştirilmiş ve her biri standart malzeme oranı, sıcaklık ve uygulama süresine göre hazırlanmıştır. Değerlendirme, duyuşal gözlem yoluyla yapılmış; ürünlerin aroma, doku, renk ve sunum estetiğı yönünden etkileri betimlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, gilaburu suyunun moleküler tekniklerle başarılı biçimde işlenebildiğı ve her bir uygulamanın farklı duyuşal avantajlar sunduğı belirlenmiştir. Sahte havyar formu aroma yoğunluğı sağlamış, toz form ise sunumda işlevsel bir rol oynamıştır. Jel levhalar ise görsel zenginlik ve tabağın bütönlüğüne katkı sunmuştur. Bu çalışma, yerel ürünlerin yenilikçi tekniklerle işlenmesinin hem gastronomi eğitimi hem de turizm uygulamaları açısından değer taşıdığını ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Moleküler gastronomi, gilaburu, sferifikasyon, jelleştirme, tozlaştırma.

Molecular Interpretation of an Anatolian Aroma: Modern Presentation of Gilaburu Juice

Abstract

This study investigates the applicability of molecular gastronomy techniques to a local product: gilaburu (*Viburnum opulus*), a functional fruit traditionally consumed in the Kayseri region of Turkey. The aim of the research is to reinterpret gilaburu juice using three molecular gastronomy methods—spherification, powdering, and gelling—and to evaluate the resulting products in terms of sensory and visual presentation. An experimental and practice-based approach was adopted. Gilaburu juice was extracted through traditional methods without the use of any additives or industrial processing. The product was then processed using three distinct techniques in a controlled kitchen environment. Standard ingredient ratios, temperatures, and du-

rations were followed throughout the procedures. The outcomes were assessed through observational sensory analysis, focusing on aroma, texture, color, and plating aesthetics. The results showed that gilaburu juice can be successfully processed with molecular techniques, each yielding different sensory advantages. The spherified form enhanced flavor intensity and provided a unique texture; the powdered form added functional value to plating; and the gel sheets contributed visual richness and structural integrity to the dish. The study demonstrates that integrating traditional ingredients with contemporary culinary methods can enrich gastronomic experiences and contribute meaningfully to culinary education and tourism development.

Keywords: Molecular gastronomy, gilaburu, spherification, gelling, powdering.

İlaç Olarak Gıda: Afyonkarahisar'ın Mutfak Geleneklerinde Bulunan Malzemelerin İyileştirici Özelliklerinin Tespit Edilmesi

Lisansüstü Öğrenci, Şevval BARIN

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
svvlbrn_99@hotmail.com
ORCID: 0009-0002-2608-2262

Prof. Dr. Mustafa SANDIKÇI

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
sandikcimustafa@hotmail.com
ORCID: 0000-0002-1437-2484

Lisansüstü Öğrenci, Aysun ÖZKAN

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
aysuns2115@gmail.com
ORCID: 0009-0009-9809-2292

Özet

Eski çağlardan günümüze kadar geçen süreçte bitkiler farklı maksatlar için insanoğlu tarafından kullanılagelmiştir. İlaç üretimi yapılan hammadde grubunun başında da şüphesiz tıbbi ve aromatik bitkiler gelmektedir. Dolayısıyla insanların tedavi amacıyla bitkilerle ilgilenmeleri ve onları çeşitli şekillerde kullanmaları, insanlık tarihi kadar eski ve medeniyetlerle birlikte gelişim göstermektedir. Yapılan çalışma kapsamında Afyonkarahisar ilinin etnobotanikini incelemek üzere yola çıkılmıştır. Bu perspektifte çalışmanın amacı; Afyonkarahisar ilinin geleneklerinde bulunan malzemelerin iyileştirici özelliklerinin tespitini sağlayarak bu kaynaklardan daha fazla yararlanabilmek ve gelecek nesillere yazılı bir aktarım bırakabilmektir. Çalışmanın evrenini Afyonkarahisar Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Merkezi personeli oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında bölgede yetişen bitkilerin ilaç olarak değerlendirilme durumunu ölçmek üzere yapılandırılmış mülakat yöntemi kullanılmıştır. 8 katılımcıya mülakat uygulanmış olup mülakatlar yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma sonucunda bölgenin lavanta, kekik, adaçayı, sarı kantaron gibi bitkiler açısından zengin olduğu; bu bitkilerin geleneksel, kozmetik ve gıda amaçlı kullanıldığı görülmektedir. Ancak halkın bu bitkileri genellikle bilinçsiz ve yanlış dozajlarla kullandığı, bu durumun sağlık açısından riskler oluşturduğu belirlenmiştir. Afyonkarahisar'ın ekolojik potansiyeli yüksek olmasına rağmen bu kaynakların yeterince değerlendirilemediği, özellikle endemik türlerin korunması ve tanıtımında eksiklikler bulunduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Afyonkarahisar, etnobotanik, tıbbi, aromatik, bitki.

Food as Medicine: Determining the Healing Properties of Ingredients Found in the Culinary Traditions of Afyonkarahisar

Abstract

In the process that has passed from ancient times to the present, plants have been used by human beings for different purposes. Undoubtedly, medicinal and aromatic plants are at the

beginning of the raw material group in which pharmaceutical production is carried out. Therefore, people's interest in plants for therapeutic purposes and their use of them in various ways is as old as human history and has developed with civilizations. Within the scope of the study, it was set out to study the ethnobotany of Afyonkarahisar province. The purpose of working in this perspective is; It is to be able to make more use of these resources by determining the healing properties of the materials found in the traditions of Afyonkarahisar province and to be able to leave a written transmission to future generations. The staff of Afyonkarahisar Medical and Aromatic Plants Center constitutes the universe of the study. Within the scope of the study, a semi-structured interview method was used to measure the evaluation status of plants grown in the region as medicines. interviews were applied to 8 participants and the interviews were conducted face-to-face. As a result of this study, it has been seen that the region is rich in plants such as lavender, thyme, sage, St. John's wort; these plants are used for traditional, cosmetic and food purposes. However, it has been determined that the public usually uses these plants unconsciously and with incorrect dosages, which poses health risks. Although the ecological potential of Afyonkarahisar is high, it has been determined that these resources cannot be adequately evaluated, especially deficiencies exist in the protection and promotion of endemic species.

Keywords: Afyonkarahisar, ethnobotanical, medicinal, aromatic, plant.

Kırsal Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri: Bitlis Örneği

Dr. Savaş BÜYÜKYILMAZ

Millî Eğitim Bakanlığı, Subayevleri Kız Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Ankara
savasbyilmaz@gmail.com
ORCID: 0000-0002-1162-2273

Doç. Dr. Erkan DENK

Bitlis Eren Üniversitesi, Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği Bölümü
edenk@beu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2144-3316

Doç. Dr. Yener OĞAN

Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Kaman Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
oganyener@gmail.com
ORCID: 0000-0002-1523-8498

Özet

Coğrafi işaret, bir yörenin kültürel mirasını koruma altına aldığı gibi o yöre ile ürün arasındaki bağı ortaya koyan ve tüketicilere ürünün üretimi hakkında güvence veren bir kalite göstergesidir. Dolayısıyla coğrafi işaret sistemi üreticiyi korumasının yanı sıra tüketiciyi bilinçlendirmektedir. Özellikle bölgesel kalkınma, istihdam yaratma, yöresel ürün pazarlaması, kırsal gelişim olmak üzere pek çok açıdan ekonomik etki yaratmaktadır. Türkiye son yıllarda coğrafi işaret tescil sayısında yukarı yönlü önemli bir ivme yakalamıştır. Türk Patent ve Marka Kurumu kayıtları incelendiğinde, 2025 yılı Temmuz ayı sonu itibarıyla 1.749 ürün coğrafi işaret kimliğine kavuştuğu gibi 685 ürün tescil sırasında olduğu görülmektedir. Bu tescillerin yaklaşık %85'i ise gastronomik ürün olma özelliğindedir. Bitlis, tarihi İpek Yolu güzergahındaki konumu ve yüzyıllar boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması sebebiyle zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Bu çalışmanın amacı; Bitlis yöresi coğrafi işaretlerinin mevcut durumunu inceleyerek bu ürünlerin bölgedeki ekonomik etkilerini tespit etmektir. Nitel araştırma yönteminin tercih edildiği çalışmada, yerel paydaşlar ile yapılan mülakatlar doküman incelemeleri ile desteklenmiş ve bulgular içerik analiziyle yorumlanmıştır. Yörenin coğrafi işaret tescilleri, Bitlis "Balı, Büryan kebabı, Ciğer tablaması, Katıklı dolma, Çorti tablaması ve İçli köftesi" gastronomik ürünler olarak şekillenirken "Adilcevaz bastonu ile Ahlat bastonu" ise el sanatı ürünleri olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'nin genel coğrafi işaret tescil dağılımına benzer bir görünüm sergileyen Bitlis, gastronomik ürün tescilleriyle de önemli bir mutfak potansiyelini gözler önüne sermektedir. Kayıt altına alınan bu kültürel mirasın yörede ekonomik katkı sağlaması olağan bir beklentidir. Ancak görüşmeler sonucunda ne yazık ki beklenen ekonomik katkının sağlanmadığı belirlenmiştir. Ekonomik katma değer yaratılması hususunda, ilgili paydaşlara özellikle uluslararası pazarlama faaliyetlerine ağırlık verilmesi, ulusal tanıtım etkinliklerinin yoğunlaştırılması ve e-pazarlama yöntemlerinin değerlendirilmesi önerileri sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi işaret, ekonomik etki, kırsal kalkınma, Bitlis.

The Economic Effects of Geographical Indications in Rural Development: The Case of Bitlis

Abstract

A geographical indication is a quality indicator that protects a region's cultural heritage, demonstrates the link between that region and its product, and provides consumers with assurance about the product's production. Therefore, the geographical indication system not only protects the producer but also raises consumer awareness. It creates economic impacts in many ways, particularly regional development, employment creation, local product marketing, and rural development. Türkiye has experienced significant upward momentum in the number of geographical indication registrations in recent years. An examination of the Turkish Patent and Trademark Office records reveals that, as of the end of July 2025, 1,749 products had been granted geographical indication identification, while 685 were currently in the registration pipeline. Approximately 85% of these registrations are gastronomic. Bitlis possesses a rich culinary culture due to its location on the historical Silk Road and its history as a host to numerous civilizations over the centuries. The purpose of this study is to examine the current status of geographical indications in the Bitlis region and determine the economic impact of these products on the region. In this study, which employed a qualitative research method, interviews with local stakeholders were supported by document reviews, and the findings were interpreted through content analysis. The region's geographical indication registrations, "Balı, Büryan kebab, Ciğer tablama, Katıklı dolma, Çorti tablama, and İçli köftesi," were shaped as gastronomic products, while "Adilcevaz baston" and "Ahlat baston" were realized as handicrafts. Bitlis, which exhibits a similar distribution to Türkiye's general geographical indication registration distribution, also demonstrates significant culinary potential with its gastronomic product registrations. It is a natural expectation that this registered cultural heritage would contribute to the region's economic well-being. However, interviews revealed that, unfortunately, the expected economic contribution was not achieved. Regarding the creation of economic added value, relevant stakeholders were advised to prioritize international marketing activities, intensify national promotional activities, and evaluate e-marketing methods.

Keywords: Geographical indication, economic impact, rural development, Bitlis.

Gıda Neofobisi Ölçeğinin Güvenilirliği: Bir Meta-Analiz Çalışması

Doç. Dr. Eray POLAT

Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
eraypolat38@gmail.com
ORCID: 0000-0003-1470-4298

Arş. Gör. Aleyna GÜN

Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
aleyna.gun@gumushane.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6566-1342

Arş. Gör. Kübra KIRBAÇ

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
kubra.kirbac@dpu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8409-7724

Özet

İnsanların yeni yiyecek ve içecekleri denemeye yönelik hissettikleri korkuyu ölçmek için bu zamana kadar farklı ölçekler geliştirilmiştir. Bu ölçeklerden biri de 1992 yılında Pliner ve Hobden tarafından geliştirilen Gıda Neofobisi Ölçeğidir. Bu çalışmanın amacı, Pliner ve Hobden (1992) tarafından geliştirilen Gıda Neofobisi Ölçeğini kullanarak hazırlanmış bilimsel makale çalışmalarındaki ortalama güvenilirlik değerini belirlemektir. Ayrıca araştırmalar arasındaki değişkenliği anlamaya yardımcı olabilecek moderatör değişkenlerin belirlenmesi de amaçlanmıştır. Çalışmada rastgele etkiler modeli doğrultusunda güvenilirlik genellemesi meta-analizi yapılmıştır. Güvenilirlik katsayıları arasındaki heterojenliği belirlemek için meta-regresyon ve ağırlıklı varyans analizi yapılmıştır. 19 bireysel örneklemden (N= 8427) elde edilen verilere dayalı olarak ortalama Cronbach alfa değeri 0.837 (%95 GA: [.801 - .866]) olarak hesaplanmış ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Q-testi ve I^2 değerleri alfa katsayılarında önemli bir heterojenlik olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak moderatör analizleri, güvenilirlik katsayılarının heterojenliğini açıklayacak düzeyde anlamlı sonuçlar ortaya koymamıştır. Bu çalışmadan elde edilen sonuçlara göre Gıda Neofobisi Ölçeğinin ortalama güvenilirlik değeri, kabul edilebilir düzeydedir. Sonuçlar, gıdada neofobik eğilimi ölçmek için uygun ölçek arayan araştırmacılar için içgörüler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gıda neofobisi, gıda neofobisi ölçeği, güvenilirlik genellemesi, meta-analiz.

Reliability of the Food Neophobia Scale: A Meta-Analysis Study

Abstract

Different scales have been developed so far to measure the fear people feel towards trying new foods and beverages. One of these scales is the Food Neophobia Scale developed by Pliner and Hobden in 1992. The aim of this study is to determine the average reliability value in scientific articles using the Food Neophobia Scale developed by Pliner and Hobden (1992).

It also aimed to identify moderator variables that may help to understand the variability between studies. In the study, reliability generalization meta-analysis was conducted in line with the random effects model. Meta-regression and weighted analysis of variance were performed to determine the heterogeneity between reliability coefficients. Based on data from 19 individual samples (N=8427), the mean Cronbach's alpha was 0.837 (95% CI: [.801 - .866]), which was statistically significant. Q-test and I² values reveal that there is significant heterogeneity in alpha coefficients. However, moderator analyses did not reveal significant results to explain the heterogeneity of reliability coefficients. According to the results obtained from this study, the average reliability value of the Food Neophobia Scale is at an acceptable level. The results provide insights for researchers looking for an appropriate scale to measure food neophobic tendency.

Keywords: Food neophobia, food neophobia scale, reliability generalization, meta-analysis.

Yemek Kültürünün Statü İnşasındaki Rolü: Gastronomik Kapital Kavramının İncelenmesi

Dr. Öğr. Üyesi Berkan BAŞAR

Ordu Üniversitesi, Aybastı Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
berkanbasar@odu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7516-9474

Öğr. Gör. Ömer Berke CUROĞLU

Ordu Üniversitesi, Aybastı Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
omerberkecuroglu@odu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-5069-6726

Özet

Bu çalışmanın amacı gastronomik kapital kavramına yönelik olarak yapılmış olan tanımların ve bu tanımların içeriğinin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda nitel araştırma yöntemleri kullanılan çalışmada ikincil verilerin analizinden yararlanılmıştır. Elde edilen araştırma sonuçları neticesinde ilgili kavrama yönelik yeterli düzeyde bilimsel araştırmanın yer almadığı sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde var olan çalışmalar sonucunda ilgi kavrama dair olarak yapılan tanımların içeriği incelendiğinde statü, gastronomi bilgisi, hiyerarşi, prestij, deneyim ve sosyal sınıf kavramlarının ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda kapital gastronomi unsuru olarak insanların kendilerini ifade ettikleri mecralar olarak facebook, instagram vb. sosyal paylaşım ağlarının gastronomik kapital kimlik sergilemesinde ön plana çıkan araçlar olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, kapital, gastronomik kapital, yemek kültürü.

The Role of Food Culture in Status Construction: An Examination of the Concept of Gastronomic Capital

Abstract

The purpose of this study is to examine the definitions made for the concept of gastronomic capital and the content of these definitions. In line with this purpose, qualitative research methods were used in the study and secondary data analysis was used. As a result of the research results obtained, it was concluded that there was not enough scientific research on the relevant concept. When the content of the definitions made for the relevant concept as a result of the studies in the literature was examined, it was determined that the concepts of status, gastronomic knowledge, hierarchy, prestige, experience and social class came to the fore. At the same time, it was determined that social networking sites such as Facebook, Instagram etc. were prominent tools in the display of gastronomic capital identity as the channels where people express themselves as the element of capital gastronomy.

Keywords: Gastronomy, capital, gastronomic capital, food culture.

Toplu Beslenme Sistemlerinde Et ve Yumurta Atıkları ve Atık Yönetiminde Güncel Yaklaşımlar

Uzman Diyetisyen İclal ŞAHİNER

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik A.B.D.
dyt.iclalsahiner@gmail.com
ORCID: 0009-0002-8914-9735

Doç. Dr. Dilek ONGAN

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik Bölümü
dilek.ongan@ikcu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8948-9057

Özet

Gıda sistemleri; üretimden tüketime kadar olan tüm süreçlerde kaynak kullanımı, sera gazı emisyonları ve çevresel etkiler üzerinde doğrudan belirleyici rol oynar (Carino et al., 2020). Bu sistemlerde oluşan gıda atıkları, hem ekonomik hem de ekolojik sürdürülebilirliği tehdit etmektedir. Et endüstrisi; kısa raf ömrü, mikrobiyal bozulma ve ambalaj sorunları gibi nedenlerle işleme ve perakende aşamalarında ciddi gıda kayıplarına yol açmaktadır (Davoudi et al., 2024). Kesim sırasında oluşan kemik, yağ ve hayvan yan ürünleri ise atık olarak görülse de mekanik ayrıştırma ve ileri işleme teknikleri ile çorba, jelatin gibi ürünlerde değerlendirilebilmektedir (Hill, 2023; Foodward & TUGİS, 2023). Yumurta işleme sürecinde oluşan yumurta kabukları ise genellikle atık olarak bertaraf edilmekte; ancak %95 oranında kalsiyum karbonat içeriği sayesinde kalsiyum takviyesi, gübre, kompozit malzeme ve katalizör olarak kullanılma potansiyeline sahiptir (Younas et al., 2024; Iskakov & Sugirbay, 2023; Aditya et al., 2021). Ayrıca laktozsuz süt ve fonksiyonel gıdalarda da değerlendirilebilmektedir (İna et al., 2016). Birleşmiş Milletler'in 2030 hedefleri doğrultusunda, gıda israfının azaltılması için porsiyon kontrolü, personel eğitimi ve stok yönetimi gibi uygulamaların önemi vurgulanmaktadır (UNESCO, 2023; Gonçalves et al., 2023; Çatar et al., 2023). Türkiye'de de Tarım ve Orman Bakanlığı'nın ulusal eylem planı bu doğrultuda stratejiler geliştirmektedir. Bu stratejiler, gıda güvenliğini sağlamak amacıyla üretimden tüketime kadar olan zincirde israf risklerini izlemeye, tehlikeli atıkları ayrıştırarak kontrol altına almaya ve güvenli gıda bağıışı süreçlerini düzenlemeye odaklanmaktadır. Aynı zamanda, gıda atıklarının ölçülmesi, raporlanması ve döngüsel ekonomiye kazandırılması için yeniden kullanım, hayvan yemi ve kompost gibi sürdürülebilir yöntemleri teşvik etmektedir (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2020). Bu bildirinin amacı, toplu beslenme sistemlerinde et ve yumurta gibi hayvansal ürünlerin neden olduğu gıda atıklarının kaynaklarını, çevresel etkilerini ve sürdürülebilir geri kazanım yöntemlerini ortaya koymak ve atık yönetimine yönelik stratejik bir çerçeve önermektir. Sonuç olarak, hayvansal kaynaklı gıda atıklarının azaltılması için kurumlara özgü uygulamaların geliştirilmesi, mevzuatın desteklenmesi ve sektörler arası iş birliğinin artırılması gerekmektedir. Bu bağlamda, sürdürülebilir atık yönetimi uygulamaları yalnızca çevresel yükü azaltmakla kalmayacağı, aynı zamanda gıda güvenliği ve ekonomik verimlilik açısından da önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gıda israfı, et atıkları, yumurta kabuğu, toplu beslenme sistemleri, atık yönetimi.

Meat and Egg Waste in Institutional Foodservice Systems and Current Approaches in Waste Management

Abstract

Food systems play a decisive role in resource use, greenhouse gas emissions, and environmental impacts throughout all stages from production to consumption (Carino et al., 2020). Food waste generated within these systems threatens both economic and ecological sustainability. The meat industry experiences significant food losses during processing and retail stages due to short shelf life, microbial spoilage, and packaging problems (Davoudi et al., 2024). Although bones, fat, and animal by-products generated during slaughter are often considered waste, they can be valorized through mechanical separation and advanced processing techniques for use in products such as broth and gelatin (Hill, 2023; Foodward & TUGİS, 2023). Eggshells produced during egg processing are generally disposed of as waste. However, due to their high calcium carbonate (CaCO_3) content of approximately 95%, they have potential applications as calcium supplements, fertilizers, composite materials, and catalysts (Younas et al., 2024; Isakov & Sugirbay, 2023; Aditya et al., 2021). They can also be utilized in the production of lactose-free milk and functional foods (Ina et al., 2016). In line with the United Nations' 2030 targets, practices such as portion control, staff training, and inventory management are emphasized as essential for reducing food waste (UNESCO, 2023; Gonçalves et al., 2023; Çatar et al., 2023). In Türkiye, the Ministry of Agriculture and Forestry has developed strategies aligned with this framework within its national action plan. These strategies focus on monitoring food loss risks throughout the supply chain from production to consumption in order to ensure food safety, managing hazardous waste through proper segregation, and regulating safe food donation processes. At the same time, they promote sustainable practices such as reuse, animal feed production, and composting to measure, report, and integrate food waste into the circular economy (Ministry of Agriculture and Forestry, 2020). The aim of this paper is to identify the sources and environmental impacts of food waste caused by animal-based products such as meat and eggs in institutional foodservice systems, and to propose a strategic framework for effective waste management. In conclusion, it is necessary to develop institution-specific practices, strengthen legal regulations, and enhance intersectoral cooperation to reduce animal-based food waste. In this context, sustainable waste management practices are expected not only to reduce environmental burdens but also to contribute significantly to food safety and economic efficiency.

Keywords: Food waste, meat waste, eggshell, institutional foodservice systems, waste management.

KAYNAKÇA

Aditya, S., et al. (2021). Utilization of eggshell waste in calcium-fortified foods and other industrial applications: A review. *Trends Food Sci Technol*, 115:422–432.

Carino, S., Porter, J., Malekpour, S., Collins, J. (2020). Environmental sustainability of hospital food services across the food supply chain: a systematic review. *J Acad Nutr Diet*, 120(5), 825–873.

Çatar, D., Dural, N., Serin, R., Eminsoy, İ. O. (2023). Sağlık Kurumlarında Gıda Atıkları ve Sürdürülebilirliğin Boyutları. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 8(2), 585-592.

Davoudi, S., Stasinopoulos, P., Shiwakoti, N. (2024). Two Decades of Advancements in Cold Supply Chain Logistics for Reducing Food Waste: A Review with Focus on the Meat Industry. *Sustainability*, 16(16), 6986.

- Foodward & TUGİS (2023). Gıdalarda Atıkların Azaltılması ve Geri Kazanımı Projesi – Et Sektöründe Atık Yönetimi Raporu. Türkiye Gıda Sanayi İşverenleri Sendikası (TUGİS) Yayını.
- Gonçalves, C., Saraiva, S., Nunes, F., Saraiva, C. (2023). Food waste in public food service sector—Surplus and leftovers. *Resources*, 12(10), 120.
- Hill, A. (2023). Whole of Meat Supply Chain Food Loss and Waste Mapping and Interventions – Phase 1 – Final Report. Foodward & TUGİS Yayınları.
- Iskakov, R., Sugirbay, A. (2023). Technologies for the rational use of animal waste: a review. *Sustainability*, 15:2278.
- Tarım ve Orman Bakanlığı. (2020). Türkiye'nin Gıda Kayıpları ve İsrafının Önlenmesi ve Yönetimine İlişkin Ulusal Strateji Belgesi ve Eylem Planı.
- UNESCO. (2023). Sürdürülebilir Kalkınma 2030 Hedefleri İhtisas Komitesi Raporu. UNESCO Türkiye Millî Komisyonu.
- Younas, K., et al. (2024). A mini-review on egg waste valorization. *Journal of the Science of Food and Agriculture*.

Kültürel Bir Lezzet ve Miras Değeri Olarak Ilgaz Keşkeği

Dr. Öğr. Üyesi Mikail KARA

Çankırı Karatekin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
mkara@karatekin.edu.tr
ORCID: 0000-0003-1027-3611

Doç. Dr. Ayhan DAĞDEVİREN

Çankırı Karatekin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
ayhandagdeviren@karatekin.edu.tr
ORCID: 0000-0003-0004-8007

Dr. Öğr. Üyesi Çağrı SÜRÜCÜ

Çankırı Karatekin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
cagrisurucu@karatekin.edu.tr
ORCID: 0000-0002-0454-9020

Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Ziya AKBAŞ

Çankırı Karatekin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
yusufziyaakbas@karatekin.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4478-3580

Özet

Ilgaz, zengin yöresel lezzetleri ve geleneksel tarifleriyle dikkat çeken köklü bir mutfak kültürüne sahiptir. Bu kültür, bölgenin coğrafi özellikleri ve tarihsel geçmişiyle bütünleşmiş; kullanılan malzemeler, pişirme teknikleri ve sunum biçimleriyle kendine özgü bir kimlik kazanmıştır. Ilgaz mutfağının geleneksel yemeklerinden biri olan keşkek, özellikle düğünler ve özel günlerde vazgeçilmez bir yere sahiptir. Et ve buğdayın birleşimiyle hazırlanan bu geleneksel yemek, besleyici olmasının yanı sıra kültürel bir simge olarak da değerlendirilmektedir. Bu araştırmanın temel amacı, Ilgaz keşkeğinin yöresel mutfak kültüründeki yerini ve önemini belirlemek ve gastronomi turizmi bağlamında bu kültürel değerin kullanılabilirliğini artırmaya yönelik öneriler sunmaktır. Araştırma kapsamında literatür incelemesi sonucunda elde edilen verilerin yanında Ilgaz keşkeğinin hazırlanışı ve sunumuna ilişkin ilçede bulunan restoranlarda çekilecek fotoğraflar kullanılacaktır. Ayrıca Ilgaz keşkeğinin tanıtımı ve yaygınlaştırılması için çeşitli stratejiler geliştirilecektir. Araştırma, Ilgaz'da gastronomi turizminin gelişimine katkı sağlanması açısından önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Keşkek, Ilgaz keşkeği, gastronomi.

Ilgaz Keşkek as a Cultural Delicacy and Heritage Value

Abstract

Ilgaz possesses a deep-rooted culinary culture that stands out with its rich local flavors and traditional recipes. This culture has merged with the region's geographical features and historical background, gaining a unique identity through the ingredients used, cooking techniques,

and presentation styles. One of the traditional dishes of Ilgaz cuisine, keşkek, holds an indispensable place especially in weddings and special occasions. Prepared with a combination of meat and wheat, this traditional dish is not only nutritious but also regarded as a cultural symbol. The main objective of this study is to determine the place and importance of Ilgaz keşkek in the local culinary culture and to present suggestions aimed at enhancing the usability of this cultural asset in the context of gastronomy tourism. Within the scope of the research, in addition to the data obtained as a result of the literature review, photographs taken in the restaurants in the district regarding the preparation and presentation of Ilgaz keşkek will be used. In addition, various strategies will be developed for the promotion and dissemination of Ilgaz keşkek. This research is significant in terms of contributing to the development of gastronomy tourism in Ilgaz.

Keywords: Keşkek, Ilgaz keşkek, gastronomy.

Robotik Çağda Mutfak Eğitimi: Fırsatlar, Tehditler ve Gelecek Perspektifi

Doç. Dr. Serkan YİĞİT

Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
serkanyigit@artuklu.edu.tr
ORCID: 0000-0003-1284-7236

Arş. Gör. Tolgahan DOĞAN

Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
tolgahandogan@artuklu.edu.tr
ORCID: 0009-0005-5137-9908

Arş. Gör. Günevi GÜZEL

Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
guneviguzel@artuklu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-6641-4631

Özet

Dijitalleşme ve otomasyonun dünya çapında gittikçe artması tüm sektörlerde köklü bir değişimi beraberinde getirmiştir. Endüstrinin geleneksel üretim modelleri yerine daha sistematik ve akıllı teknolojiler kullanarak üretim sağlamayı amaçlayan bu üretim modellerinin merkezinde ise makine öğrenimi (ML), yapay zekâ (IA), siber güvenlik teknolojileri, nesnelerin interneti (IoT), siber-fiziksel sistemler (CPS), artırılmış gerçeklik (AR) ve akıllı sensörler gibi teknolojiler yer almaktadır. Akıllı teknolojik ürünlerin kullanımı ile üretim etkili bir şekilde artırılmış ve insanı risk içeren tehlikeli üretim aşamalarından uzaklaştırmıştır; bu sayede üretimde operasyonel verimlilik sağlanmış ve iş güvenliği açısından da önemli avantajlar elde edilmiştir. Dünyadaki tüm iş kollarında köklü bir dönüşüme neden olan bu teknolojik gelişmelerden gastronomi sektörü de nasibini almış ve değişim kaçınılmaz hale gelmiştir. İnternet tabanlı akıllı mutfak ekipmanları, robot şefler, üç boyutlu gıda yazıcıları, dijital servis robotları gibi teknolojik donanımlar gittikçe yaygınlaşırken bu teknolojik dönüşümün gastronomi eğitimi üzerindeki etkilerinin ise henüz literatürde yeterince ele alınmadığı görülmektedir. Çalışmada günümüz geleneksel mutfak eğitiminin sürekli gelişen teknolojiler ile ne derecede uyumlu olduğu incelenecek ve bu teknolojik gelişmelerin gastronomi eğitimi müfredatlarına ne oranda ve nasıl entegre edileceği tartışılması amaçlanmaktadır. Öncelikle çalışmada Endüstri 4.0 ve Gastronomi 4.0 kavramları ele alınacak ardından yiyecek içecek işletmelerinde, otellerde gittikçe yaygınlaşan akıllı pişirme ekipmanları, şef ve servis robotlar, sensör tabanlı pişirme sistemleri gibi çeşitli otomasyon örnekleri tanıtılacaktır. Sonrasında ise yaşanan bu teknolojik ilerlemelerin gastronomi eğitimi veren meslek liselerinde ve üniversitelerde nasıl kullanılabileceği tartışılacaktır. Yapılan çalışmada yarı yapılandırılmış görüşmeler ile sektör temsilcileri, öğrenci ve öğretmenlerden veri toplanacaktır. Görüşmelerden elde edilen veriler ışığında mevcut altyapı ve dijital yeterlilik düzeyleri ele alınırken bu teknolojik gelişmelerin ve entegrasyonun öğrencilere olan katkısı araştırılacaktır. Ayrıca otomasyon ve dijitalleşme sürecindeki yüksek yatırım maliyetleri, öğretmenlerin dijital okur-yazarlık seviyelerindeki eksiklikler ve geleneksel mutfak becerilerinin sürdürülebilirliği gibi zorluklara da yer verilecektir. Elde edilecek olan bulgular çeşitli eğitim modelleri, dersler ve sertifikalandırma programları gibi çözüm önerilerine yer verilecektir. Böylece yapılacak bu çalışmada gastronomi eğitimi verme amacıyla faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlar için yenilikçi ve uygulanabilir bir yol haritası çizilmesi hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi eğitimi, otomasyon, dijitalleşme, teknoloji, yenilik.

Culinary Education in the Robotic Age: Opportunities, Threats, and Future Perspectives

Abstract

The worldwide increase in digitalization and automation has brought about a radical change in all sectors. At the center of these production models are technologies such as machine learning (ML), artificial intelligence (AI), cybersecurity technologies, internet of things (IoT), cyber-physical systems (CPS), augmented reality (AR) and smart sensors. The use of smart technological products has effectively increased production and removed people from risky and hazardous production stages, thereby achieving operational efficiency in production and significant advantages in terms of occupational safety. These technological developments, which have caused a radical transformation in all business lines in the world, have also had their share in the gastronomy sector and change has become inevitable. While technological equipment such as internet-based smart kitchen equipment, robot chefs, three-dimensional food printers, digital service robots are becoming increasingly widespread, the effects of this technological transformation on gastronomy education have not yet been sufficiently addressed in the literature. This study aims to examine the extent to which today's traditional culinary education is compatible with constantly developing technologies and to discuss to what extent and how these technological developments will be integrated into gastronomy education curricula. First of all, the concepts of Industry 4.0 and Gastronomy 4.0 will be discussed in the study, and then various automation examples such as smart cooking equipment, chef and service robots, sensor-based cooking systems that are becoming increasingly common in food and beverage establishments and hotels will be introduced. Afterwards, it will be discussed how these technological advances can be used in vocational high schools and universities that provide gastronomy education. In this study, data will be collected from sector representatives, students and instructors through semi-structured interviews. In the light of the data obtained from the interviews, the current infrastructure and digital competence levels will be discussed, and the contribution of these technological developments and integration to students will be investigated. Challenges such as high investment costs in the automation and digitalization process, the lack of digital literacy of instructors, and the sustainability of traditional culinary skills will also be addressed. In the light of the findings, solutions such as various education models, courses and certification programs will be proposed. Thus, this study aims to draw a new-liberal and applicable road map for institutions and organizations operating to provide gastronomy education.

Keywords: Gastronomy education, automation, digitalization, technology, innovation.

Gıda İsrâf Yönetiminde Yapay Zekâ Teknolojileri

Lisanüstü Öğrenci, Aysun ÖZKAN

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
aysuns2115@gmail.com
ORCID: 0009-0009-9809-2292

Prof. Dr. Mustafa SANDIKCI

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
sandikcimustafa@aku.edu.tr
ORCID: 0000-0002-1437-2484

Lisanüstü Öğrenci, Şevval BARIN

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
svvlbrn_99@hotmail.com
ORCID: 0009-0002-2608-2262

Özet

Gıda israfı yalnızca ekonomik kaynakların boşa harcanmasıyla sınırlandıramayacağımız, çevresel tahribata, kültürel bozulmaya ve toplumsal dengesizliklere sebep olabilecek çok boyutlu küresel bir sorundur. Bu çalışmanın konusu; gıda israfının en çok nerelerde görüldüğü ve yapay zekâ teknolojilerinin bu alana katkılarının incelenmesidir. Çalışmanın amacı yiyecek içecek alanında oluşan gıda israfını gözler önüne sererek yapay zekâ teknolojilerinin israfı azaltmadaki etkisini ortaya koymaktır. Özellikle akıllı stok ve menü planlama alanında yapay zekâ destekli sistemlerin etkisi araştırılarak, sürdürülebilir gastronomiye katkısı değerlendirilmek istenmektedir. Çalışmada veriler doküman analizi yoluyla elde edilmiştir. Bu kapsamda yürütülen nitel araştırmanın sonucunda yiyecek içecek alanında israfın en fazla ev mutfaklarında olduğu tespit edilmiştir. Yapay zekâ tabanlı dijital uygulamaların, gıda israfının önlenmesinde etkili olduğu; aynı zamanda bu teknolojiler sayesinde kurumsal mutfaklarda ve evlerde israfı azaltılabilmenin mümkün olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Gıda israfı, yapay zekâ, gastronomi, sürdürülebilirlik.

Artificial Intelligence Technologies in Food Waste Management

Abstract

Food waste is a multidimensional global problem that we cannot limit only to the waste of economic resources, which can lead to environmental destruction, cultural degradation and social imbalances. The subject of this study is to examine where food waste is seen the most and the contributions of artificial intelligence technologies to this field. The aim of the study is to reveal the effect of artificial intelligence technologies on reducing waste by exposing the food and beverage waste in the field. Especially in the field of intelligent stock and menu planning, the impact of artificial intelligence-supported systems is investigated and its contribution to sustainable gastronomy is wanted to be evaluated. In the study, the data were obtained through document analysis. As a result of the qualitative research conducted in this context, it has

been determined that waste in the field of food and beverage is most often in home kitchens. It has been seen that artificial intelligence-based digital applications are effective in preventing food waste; at the same time, it is possible to reduce waste in corporate kitchens and homes thanks to these technologies.

Keywords: Food waste, artificial intelligence, gastronomy, sustainability.

Algoritma-Tabanlı Menü Planlama ile Geleneksel Menü Planlamanın Tabak Artıkları Açısından Karşılaştırılması: Bir Üniversite Yemekhanesi Örneği

Uzman Diyetisyen Enes URAL

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik A.B.D.,
dytenesural@gmail.com
ORCID: 0000-0002-9537-8254

Doç. Dr. Dilek ONGAN

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik A.B.D.
dilek.ongan@ikc.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8948-9057

Özet

Çalışmanın amacı; algoritma yazılımının (EvoMeal) oluşturduğu menülerin, geleneksel olarak planlanmış menülere kıyasla tabak atıkları açısından karşılaştırılmasıdır. Kesitsel bir çalışma olarak yürütülen araştırma; İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sağlık, Kültür ve Spor Daire Başkanlığı öğrenci yemekhanesinde gerekli kurum izinleri alınarak yürütülmüştür. EvoMeal, açık kaynak kodlu menü planlama aracı olarak tasarlanmış bir yazılımdır. Yazılımın yemekhane şartnamesine uyumu araştırmacılar tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın verilerinin toplanması; 2025 yılı 20-30 Mayıs tarihleri arasında 4 günlük beslenme hizmeti kapsamında gerçekleştirilmiştir. Üniversite öğrenci yemekhanesinde; Algoritma yazılımı ile oluşturulan menü planına (20/05, 23/05) ve Geleneksel menü planına (29/05, 30/05) göre servis edilen yemekleri tüketen öğrencilerin yemek artıkları (toplam 240 tepside bulunan 4 kap yemeğin artık miktarları) tartılarak saptanmıştır. Veriler IBM SPSS 25.0 istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada, toplam atık miktarı; algoritmanın oluşturduğu menü planında 16,5 kg, geleneksel menü planında 14,7 kg olarak ölçülmüştür. Algoritmanın oluşturduğu menü planında ortalama 137,8±116 g atık (öğünün %24'ü), geleneksel menü planında ise ortalama 123,1±98 g atık (öğünün %20'si) israf edilmiştir. İki menü planı arasında; genel tabak artıkları açısından anlamlı bir fark bulunmazken ($p=0.495$), ana yemek (1. kap) tabaklarında oluşan atık miktarlarında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,005$). Algoritma tabanlı menülerde daha fazla atık bırakıldığı görülmüştür. Sonuç olarak, genel artık oranına bakıldığında algoritma ile planlanan menülerde israf oranı; sayısal olarak daha yüksek olsa da geleneksel planlanan menülerden önemli farklılık göstermemiştir. Ancak 1. Kap yemeklerin artıklarının algoritma menülerinde daha yüksek olması maliyeti daha yüksek olan bu yemeklerin menüdeki diğer yemeklerle uyumunun daha düşük olmasına ve geleneksel menü planlamaya göre tüketicinin isteklerine hitap etmemesine bağlı olabilir. EvoMeal gibi algoritma tabanlı araçların menü planlamasında artık oluşturma açısından önemli farklılık yaratmadığı ve menü planlamada kullanılabileceği ancak, bu araçların tüketici beslenme alışkanlıklarını ve tercihlerini dikkate alacak şekilde geliştirilmesi gerektiği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Toplu beslenme hizmetleri, gıda atığı, sürdürülebilirlik, geleneksel menü planlama, algoritma-tabanlı menü planlama.

Comparison of Algorithm-Based Menu Planning and Traditional Menu Planning in Terms of Plate Waste: A University Cafeteria Example

Abstract

The aim of the study is to compare menus generated by the algorithm software (EvoMeal) with traditionally planned menus in terms of plate waste. The research, which was conducted as a cross-sectional study, was carried out in the student cafeteria of the Health, Culture and Sports Department of İzmir Kâtip Çelebi University after obtaining the necessary institutional permissions. EvoMeal is a software designed as an open source menu planning tool. The researchers verified the software's compliance with the cafeteria specifications. Data collection for the study was conducted within the scope of a four-day nutrition service between May 20-30, 2025. In the university student cafeteria, the food leftovers (the amount of leftovers of 4 containers of food in a total of 240 trays) of the students who consumed the meals served according to the menu plan (20/05, 23/05) and the Traditional menu plan (29/05, 30/05) created with the algorithm software were determined by weighing. Data were analyzed using the IBM SPSS 25.0 statistical package. In the study, the total amount of waste was measured as 16.5 kg in the algorithm-generated menu plan and 14.7 kg in the traditional menu plan. A mean of 137.8 ± 116 g of waste (24% of the meal) was wasted in the menu plan created by the algorithm, and an average of 123.1 ± 98 g of waste (20% of the meal) was wasted in the traditional menu plan. While there was no significant difference in overall plate waste between the two menu plans ($p=0.495$), a significant difference was found in the amount of waste generated in the main course (1st course) plates ($p<0.005$). It has been observed that algorithm-based menus were wasted more. As a result of the overall waste rate, the waste rate from algorithm-based menus, although being higher, did not differ significantly from the traditionally planned menus. However, the higher percentage of leftovers from 1st course meals in algorithm menus may be due to the fact that these more costly meals were less compatible with other dishes on the menu and did not appeal to the consumer's desires compared to traditional menu planning. It was determined that algorithm-based tools such as EvoMeal did not make a significant difference in waste formation and may be used in menu planning, however these tools need to be improved to take into account consumer eating habits and preferences.

Keywords: Foodservices, food waste, sustainability, traditional menu planning, algorithm-based menu planning.

Meyve-Sebze Atıklarının Yönetiminde Güncel Yaklaşımlar

Uzman Diyetisyen Aleyna Nur KÜÇÜK

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik A.B.D.
aleynakucuk35 @gmail.com
ORCID: 0000-0002-5583-0488

Doç. Dr. Dilek ONGAN

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik A.B.D.
dilek.ongan@ikcu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8948-9057

Özet

FAO'nun 2019 raporuna göre dünya çapında besinlerin %14'ü tüketiciye ulaşmadan kaybedilmektedir. Besin israfı ve besin atıklarının oluşumu, istenmeyen çevresel, sosyal ve ekonomik olumsuz etkilere yol açan, önemi gittikçe artan küresel bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Tarımsal ve gıda işleme sırasında oluşan besin atıkları sıklıkla çöplüklere atılmakta ve önemli bir kısmı metan ve sera gazına dönüşmektedir. Dolayısıyla tehlikeli maddelerin çevreye salınımını azaltmak için uygun atık yönetimi stratejilerinin kullanılması önem arz etmektedir. Ayrıca atıkların azaltılması yoluyla çevresel olarak daha sürdürülebilir gıda sistemleri oluşturulabilir ve beslenme iyileştirilebilir. Meyve-sebzeler dünya çapında en çok tüketilen ürünler arasındadır ve işlenmeleri sırasında yüksek düzeyde atık ortaya çıkmaktadır. Meyve-sebzelerin işlenmesi sırasında oluşan kabuk, çekirdek, yaprak ve posa gibi atıkların içerdiği yüksek düzey biyoaktif bileşenler, sürdürülebilir ve katma değerli ürün üretimi açısından meyve-sebze atıklarını potansiyel birer ürün haline getirmektedir. Bu bildirinin amacı meyve-sebze atıkları kullanılarak elde edilebilecek katma değerli ürünlere güncel bir bakış açısı sunmaktır. Meyve-sebze atıklarının katma değerli ürün üretiminde kullanımını ele alan uluslararası çalışmalar literatür taraması ile incelenmiştir. Meyve-sebze atıklarının değerlendirilmesi üzerine yürütülen çalışmalar atıkların içerdiği polifenol, karotenoid, lif, vitaminler, yağlar ve enzimler gibi biyoaktif bileşenlerin antioksidan, antiinflamatuvar, antimikrobiyal, emülsifiye edici, stabilizör, doğal koruyucu ve renklendirici olarak çeşitli besinlerde başarılı şekilde kullanılabildiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca bu yan ürünlerin yenilenebilir enerji, organik gübre ve gıda endüstrisinde ambalaj filmi üretimi için alternatif birer kaynak olarak kullanılabileceği de çalışmalarda gösterilmiştir. Benzer şekilde atıklarda bulunan esansiyel yağlar, yenilebilir yağlara alternatif bir yağ kaynağı olabilir. Sonuç olarak, meyve-sebze atıkları içerdikleri biyoaktif bileşenler sayesinde sağlık, besin, kimya, enerji gibi birçok endüstriyel alanda katma değerli ürün üretiminde kullanılabilir. Bu doğal içerikleri elde etmedeki sorun, endüstriyel işlemler aşamasında bunların çıkarılması ve stabilizasyonunda, olumsuz işleme koşullarında ve insan sindirim sistemlerinde biyoyararlanımlarının sağlanmasındadır. Bu nedenle, sağlık ve gıda muhafazası üzerindeki etkilerinin doğrulanması ve biyoyararlanım ve biyoerişilebilirlik üzerine çalışmaların yürütülmesi, metodolojik iyileştirmelerin yapılması ileri çalışmalarda önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Meyve, sebze, atık, sürdürülebilirlik.

Current Approaches to Fruit and Vegetable Waste Management

Abstract

According to FAO's 2019 report, 14% of food is lost globally before reaching consumers. The formation of food waste and by-products is an increasingly significant global issue with undesirable environmental, social, and economic impacts. Food waste generated during agricultural and food processing is often disposed of in landfills, where a substantial portion turns into methane and other greenhouse gases. Therefore, implementing proper waste management strategies is essential to reduce the release of harmful substances into the environment. Additionally, reducing waste can help build more environmentally sustainable food systems and improve nutrition. Fruits and vegetables are among the most consumed products worldwide and generate high amounts of waste during processing. The waste parts such as peels, seeds, leaves, and pulp contain high levels of bioactive compounds, making fruit and vegetable waste a potential resource for sustainable and value-added product development. This review aims to provide an up-to-date perspective on value-added products obtained from fruit and vegetable waste. International studies addressing the use of such waste in producing value-added products were examined through a literature review. Research shows that bioactive compounds like polyphenols, carotenoids, fibers, vitamins, oils, and enzymes found in the waste can be effectively used in food products as antioxidants, anti-inflammatory, antimicrobial agents, emulsifiers, stabilizers, natural preservatives, and colorants. Additionally, these by-products can be alternative sources for renewable energy, organic fertilizers, and packaging films in the food industry. Similarly, essential oils in the waste can serve as alternatives to edible oils. In conclusion, due to their bioactive content, fruit and vegetable waste can be utilized in various industries such as health, food, chemistry, and energy. However, challenges remain in their extraction, stabilization, and bioavailability under industrial and digestive conditions. Further studies on bioavailability and methodological improvements are recommended.

Keywords: Fruit, vegetable, waste, sustainability.

Yemek Stilistliği ve Fotoğrafçılık Alanında Yapılan Bilimsel Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

Lisansüstü Öğrenci, Havva Şeyda DEMİRHAN

İstanbul Gedik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
h.seydademirhan@outlook.com
ORCID: 0009-0007-7122-2902

Doç. Dr. Nihan YARMACI GÜVENÇ

İstanbul Gedik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
nihan.yarmaci@gedik.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2679-5468

Özet

Günümüzde görsel unsurların önem kazandığı dijital çağda gastronomi sektörü sadece tat ve lezzet deneyimi ile sınırlı kalmayıp görselleştirme ve estetik sunum ile bir araya gelmektedir. Bu kapsamda araştırmanın amacı Türkiye'deki yemek stilistliği ve fotoğrafçılığıyla ilgili yayımlanan akademik çalışmaların bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmesidir. Bu bağlamda, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi, Google Scholar ve DergiPark veri tabanlarından 2025 yılı Nisan ayı itibariyle “yemek stilistliği, yiyecek stilistliği, içecek stilistliği, yemek stilistliği ve fotoğrafçılık, yemek fotoğrafçılığı, içecek fotoğrafçılığı” anahtar kelimeleri ile yapılan tarama sonucunda ulaşılan 13 akademik yayın incelenmiştir. Bu çalışma kapsamında incelenen çalışmaların sayısı, yayımlandıkları yıl ve dergi sayısı, bağlı oldukları üniversite, fakülte, enstitü ve anabilim dalı, yazar sayısı, konu, anahtar kelimeler, araştırma yöntemi, araştırma türü, örneklem türü ve veri analizi gibi ölçütler doğrultusunda sistematik bir şekilde analiz edilmiştir. İlgili konuyla alakalı çalışmaların 2022-2024 yılları arasında arttığı sonucuna varılmıştır. Çalışmaların çoğunluğu nitel veri analizi yöntemleriyle yapılmış olup en sık betimsel araştırmalara yer verilmiştir. En çok kullanılan nitel veri analiz teknikleri arasında göstergebilimsel, betimsel ve tanımlayıcı analizler bulunmaktadır. Örneklem yöntemi olarak en çok kolayda örneklem kullanılmıştır. Çalışılan ana konular sosyal medya, sanat ve tabak sunumudur. Çalışmalarda kullanılan kaynaklar dil açısından değerlendirildiğinde ise yabancı yayınlara yapılan atıfların Türkçe yayınların yapılan atıflara göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak konu ile ilgili yayımlanan çalışma sayısının sınırlı olması bu alanın gelişmekte olduğunu ve uygulamalı çalışmalar ile disiplinler arası yaklaşımlara ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Saha araştırmalarının yaygınlaştırmaları önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yemek stilistliği, yemek fotoğrafçılığı, yemek stilistliği ve fotoğrafçılığı, bibliyometrik analiz.

Bibliometric Analysis of Scientific Studies in the Field of Food Styling and Photography

Abstract

In today's digital age, where visual elements have gained increasing importance, the gastronomy sector is no longer limited to taste and flavor experiences but is also integrated with

visualization and aesthetic presentation. In this context, the aim of this study is to examine academic publications related to food styling and photography in Türkiye through bibliometric analysis. As of April 2025, a total of 13 academic publications were identified through a search using the keywords “food styling, culinary styling, beverage styling, food styling and photography, food photography, beverage photography” in the databases of the National Thesis Center of the Council of Higher Education, Google Scholar, and DergiPark. Within the scope of this study, these publications were systematically analyzed based on criteria such as the number of studies, the year and journal of publication, affiliated university, faculty, institute and department, number of authors, research topics, keywords, research methods, research types, sampling methods, and data analysis techniques. It was concluded that studies on the subject increased between 2022 and 2024. The majority of the studies employed qualitative methods, with a particular emphasis on descriptive research. The most commonly used data analysis techniques included semiotic, descriptive, and illustrative analyses. Convenience sampling was the most frequently used sampling method. The main research themes were social media, art, and plate presentation. In terms of the language of the cited sources, it was found that references to foreign publications were more frequent than those to Turkish ones. In conclusion, the limited number of studies published on this subject indicates that the field is still developing and highlights the need for applied research and interdisciplinary approaches. It is recommended to expand field research in this area.

Keywords: Food styling, food photography, food styling and photography, bibliometric analysis.

Kıtlık Dönemlerinde Geliştirilen Tariflerin Günümüze Yansıması

Öğr. Gör. Ünalcan KUTAL

Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Kale Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri
Bölümü
unalcan.kutal@ozal.edu.tr
ORCID: 0000-0002-1268-0950

Dr. Öğr. Üyesi Harun Reşit GÜNDOĞAN

Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Kale Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri
Bölümü
harun.gundogan@ozal.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9053-162X

Özet

Tarih boyunca kıtlık, yalnızca fiziksel açlıkla sınırlı kalmamış; toplumların kültürel yapısını, ekonomik dengelerini ve beslenme alışkanlıklarını da derinden etkilemiştir. Kıtlık, bireylerin yaşamlarını devam ettirebilmeleri için gerekli olan temel gıdalara erişimin mümkün olmaması durumudur ve bu durum uzun süre devam ettiğinde ciddi can kayıplarına yol açabilen büyük bir afet niteliği taşımaktadır. Tarihte birçok kıtlık meydana gelmiştir. Bunlardan birisi de 1100 yılında Anadolu Yarımadası'nda yaşanan kuraklıktır. Nehirler ve tarım alanları kurumuş; üretimin durması sonucu açlık yaygınlaşmıştır. Temel gıdaların fiyatlarının olağanüstü düzeyde arttığı, insanların yaşamlarını sürdürebilmek adına insanlık dışı davranışlara yöneldiği ifade edilmektedir. Bu örnek, kıtlık dönemlerinde gıdaya erişimin bir hayatta kalma meselesi hâline geldiğini ve beslenme kültürünün sosyo-ekonomik koşullarla nasıl yeniden şekillendiğini ortaya koymaktadır. Bu araştırmanın amacı, tarihsel süreçte yaşanan kıtlık dönemlerinde bireylerin ve toplumların beslenme şekillerinde meydana gelen dönüşümleri incelemek; kıtlık koşullarının etkisiyle ortaya çıkan yemek tarifleri, alternatif malzeme kullanımları ve geçim stratejileri üzerinden dönemin beslenme hafızasını analiz etmek, aynı zamanda o dönemde tüketilen gıdaların besin değerlerini incelemek ve gelecekte olabilecek, doğal afet, ekonomik kriz ve kıtlık gibi durumlarda hangi besinlerin tüketiminin daha avantajlı olacağını saptamaktır. Çalışma, söz konusu dönemlerde geliştirilen yemeklerin içerik, işlev ve anlam bakımından nasıl şekillendiğini ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu bağlamda, kıtlık sonrası oluşan yemek tariflerinin, yokluk içinde geliştirilen yaratıcı çözümler olarak toplumsal bellekte nasıl yer ettiği ve sonraki nesillerin mutfak kültürüne nasıl aktarıldığı değerlendirilecektir. Çalışma literatür taraması ve derleme yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, tarihsel süreçte yaşanan kıtlık dönemlerine dair akademik makaleler, kitap bölümleri, tarihsel belgeler ve çeşitli yazılı kaynaklar incelenmiştir. Araştırma sonucunda, kıtlık dönemlerinde dayanıklı ve besleyici olan kuru baklagiller, tarhana, bulgur ve patates gibi besinlerin ön plana çıktığı ve bu gıdaların günümüzde de hâlâ yaygın olarak tüketildiği belirlenmiştir. Ayrıca, fermente süt ürünleri ile sebze bazlı pratik tariflerin ve mezelerin, kıtlık koşullarında geliştirilen yaratıcı çözümler olarak beslenme kültürüne kalıcı katkılar sağladığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kıtlık, yoksulluk, yemek, beslenme kültürü .

The Reflection of Recipes Developed During Famine Periods in Contemporary Times

Abstract

Throughout history, famine has not been limited to physical hunger alone; it has profoundly affected the cultural structure, economic balances, and dietary habits of societies. Famine is the condition in which individuals cannot access the basic food necessary to sustain their lives, and when this situation persists for a long time, it becomes a major disaster that can cause significant loss of life. Many famines have occurred throughout history. One such example is the drought experienced in our country in 1100 AD. Rivers and agricultural lands dried up, and as production ceased, hunger became widespread. It is reported that the prices of basic foods rose to extraordinary levels, and people resorted to inhumane behaviors to survive. These examples demonstrate that access to food during famine periods becomes a matter of survival and that dietary culture is reshaped in accordance with socio-economic conditions. The aim of this research is to examine the transformations in the dietary patterns of individuals and societies during historical famine periods; to analyze the nutritional memory of the era through the recipes developed under famine conditions, the use of alternative ingredients, and coping strategies; and to investigate the nutritional values of foods consumed during that time in order to determine which foods would be more advantageous to consume in potential future scenarios such as natural disasters, economic crises, and famines. The study aims to reveal how the recipes developed during these periods were shaped in terms of content, function, and meaning. In this context, it will also evaluate how the recipes created after famine—seen as creative solutions developed in times of scarcity—have been embedded in collective memory and transmitted to subsequent generations' culinary culture. The study was conducted using literature review and compilation methods. Academic articles, book chapters, historical documents, and various written sources related to historical famine periods were examined. As a result of the research, it was determined that durable and nutritious foods such as dried legumes, tarhana, bulgur, and potatoes came to the forefront during famine periods and that these foods are still widely consumed today. Additionally, fermented dairy products and vegetable-based practical recipes and mezes were observed to have made lasting contributions to dietary culture as creative solutions developed under famine conditions.

Keywords: Famine, poverty, food, nutritional culture.

Din ve Beslenme: Üç Semavi Dinde Yeme Yasakları ve Tabu Besinler

Lisansüstü Öğrenci, Şeyda Rana UÇMA

Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
seydaranaucmaa@gmail.com
ORCID: 0009-0000-0840-047X

Prof. Dr. Nurten ÇEKAL

Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ncekal@pau.edu.tr
ORCID: 0000-0002-7596-9129

Özet

Yemek insanlık tarihinin başlangıcında fizyolojik bir ihtiyaçken daha sonraları kültürün bir parçası olmuş, her toplum kendine özgü yemek kültürünü oluşturmuştur. Toplamların yemek kültürünün oluşmasında coğrafya, sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel yapı ve din etkili olmuştur. Din, insan yaşamını etkileyen bir olgudur. Dolayısıyla dinin yemek kültürü üzerinde de önemli etkisi bulunmaktadır. Semavi dinlerden olan Musevilik, Hristiyanlık ve son din olan Müslümanlık da insanların beslenme biçimlerini dolayısıyla yemek kültürünü etkilemiştir. Semavi dinlerin bazı yemek yasaklarını da getirdiği özellikle kutsal kitaplarda yer almaktadır. Bu çalışmada semavi dinlerde var olan yeme yasaklarının nedenleriyle incelenmesi amaçlanmıştır. Bu yasakların bireysel ve toplumsal düzeyde nasıl bir etkisi olduğunun incelenmesi de araştırmanın amaçları arasında yer almaktadır. Bu doğrultuda planlanan araştırmada nitel veri toplama yöntemlerinden arşiv döküman tarama tekniği kullanılmış, konu ile ilgili bilimsel yayınlar ve web siteleri taranmış ve elde edilen verilerle alanyazın oluşturulmuştur. Araştırma sonucunda en fazla yeme yasaklarının Musevilik dininde yer aldığı belirlenirken en az yeme yasağının Hristiyanlıkta bulunduğu ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Semavi dinler, dini yasaklar, helal-haram, tabu besinler, yeme yasakları

Religion and Nutrition: Food Prohibitions and Taboo Foods in Three Heaven Religions

Abstract

While food was a physiological need at the beginning of human history, it later became a part of culture, and each society has created its own unique food culture. Geography, socioeconomic, sociocultural structure and religion have been effective in the formation of the food culture of societies. Religion is a phenomenon that affects human life. Therefore, religion also has a significant impact on food culture. Therefore, religion also has a significant impact on food culture. Judaism, Christianity, which are the Abrahamic religions, and Islam, the last religion, have also affected people's diets and therefore food culture. It is especially stated in the holy books that Abrahamic religions impose certain food prohibitions. This study aims to examine the reasons for the eating prohibitions in heavenly religions. Examining the impact of these bans on individual and social levels is also among the aims of the research. In the research planned for this purpose, archive document scanning technique, one of the qualitative research

methods, was used, scientific publications and websites related to the subject were scanned, and the literature was created with the data obtained. As a result of the research, it was determined that the most eating prohibitions were in Judaism, while the least eating prohibitions were in Christianity.

Keywords: Abrahamic religions, religious prohibitions, halal-haram, taboo foods. eating bans.

Uluslararası Urla Enginar Festivalinin Çevresel Etkilerinin Tespiti Ve Değerlendirilmesi

Lisansüstü Öğrenci, Bahar KARAMAN

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
bahar.karaman@ogr.deu.edu.tr
ORCID: 0009-0005-9657-5961

Doç. Dr. Turgay BUCAK

Dokuz Eylül Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
turgaybucak@deu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-4901-2673

Özet

Yerel festivaller, kültürel mirasın korunmasına, bölgesel tanıtıma ve ekonomik hareketliliğe katkı sağlar. Festivallerin büyümesi ile birlikte artan ziyaretçi yoğunluğu, tüketim alışkanlıkları ve altyapı kullanımı gibi etkenlerle çevre üzerinde çeşitli etkiler yaratabilmektedir. Bu çalışma, yerel bölgelerde düzenlenen gastronomi festivallerinin çevre üzerindeki etkilerini incelemeyi hedeflemektedir. Araştırmanın temel amacı; Uluslararası Urla Enginar Festivali'nin çevresel etkilerini belirlemek ve bu etkilerin nasıl azaltılabileceğine yönelik değerlendirmelerde bulunmaktır. Araştırmada "çevresel etki", "katı atık oluşumu", ve "çevre bilinci" gibi kavramlar ele alınmış; bu değişkenler yarı yapılandırılmış görüşmeler yoluyla incelenmiştir. Çalışma grubu, festivale katkı sağlayan kurumlar ve yerel yönetim temsilcilerinden oluşmakta olup, toplam 13 katılımcı ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Veriler, Mayıs ve Haziran 2025 tarihlerinde yüz yüze toplanmış ve içerik analiz yöntemi ile değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, festivalin bazı çevresel sorunlara neden olabildiği; ancak alınacak önlemlerle bu etkilerin azaltılabileceği görülmüştür. Bulgular doğrultusunda, atık yönetiminin güçlendirilmesi, çevre dostu uygulamaların artırılması ve ziyaretçilere yönelik bilinçlendirme faaliyetlerinin geliştirilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Festival, enginar, çevresel etki.

Identification and Assessment of the Environmental Impacts of the International Urla Artichoke Festival

Abstract

Local festivals contribute to the preservation of cultural heritage, regional promotion, and economic activity. As festivals grow, factors such as increased visitor density, consumption habits, and infrastructure use can also have various effects on the environment. This study aims to examine the environmental impacts of gastronomy festivals held in local regions. The primary objective of the research is to determine the environmental impacts of the International Urla Artichoke Festival and to evaluate how these impacts can be reduced. The study addresses concepts such as "environmental impact," "solid waste generation," and "environmental awareness," which were examined through semi-structured interviews. The study group consisted of institutions contributing to the festival and local government representatives, and interviews were conducted with a total of 13 participants. Data was collected in person in May and June 2025 and evaluated using content analysis. The research findings indicate that the festival can

cause certain environmental issues; however, these impacts can be mitigated through appropriate measures. Based on the findings, it is recommended to strengthen waste management, increase environmentally friendly practices, and develop awareness-raising activities for visitors.

Keywords: Festival, artichoke, environmental impact.

Afyonkarahisar'ın Dijital Pazarda Yükselen Lezzetleri

Dr. Öğr. Üyesi Banu ZENCİR

Afyonkocatepe Üniversitesi, Şuhut Meslek Yüksekokulu, Reklamcılık Bölümü
banuzincir26@hotmail.com
ORCID: 0000-0001-7511-4932

Özet

Çalışmada, Afyonkarahisar'daki e-ticaret sitelerinde satılan yöresel ürünlerin içeriklerini inceleyerek öne çıkan ürünleri belirlemek ve özellikle coğrafi işaretli ürünlerin bu platformlardaki temsilini değerlendirmek amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında, internet üzerinde aktif olarak satış yapan yerel e-ticaret siteleri detaylı bir şekilde analiz edilmiştir. Sunulan ürün çeşitliliği, içerik analizi yöntemi kullanılarak değerlendirilmiş ve böylece platformlardaki yöresel ürün repertuarı ve coğrafi işaretli ürünlerin durumu ortaya konulmuştur. Analizler sonucunda, Afyonkarahisar'ın yöresel ürünleri arasında sucuk, pastırma, kaymak, lokum, haşhaş ürünleri ve çeşitli süt ürünlerinin e-ticaret sitelerinde yoğun bir şekilde yer aldığı tespit edilmiştir. Ancak, Afyonkarahisar'a ait tescilli coğrafi işaretli ürünlerin çevrimiçi platformlarda sınırlı sayıda temsil edildiği ve bazı ürünlerde coğrafi işaret logosunun kullanılmadığı belirlenmiştir. Bu durum, hem marka güvenilirliği hem de tüketici bilgilendirmesi açısından önemli eksikliklere işaret etmektedir. Çalışma, yöresel ürünlerin dijital pazarlama sürecinde daha etkin temsil edilmesi için üreticilere ve e-ticaret platformu işletmecilerine yönelik stratejik öneriler sunmaktadır. Ayrıca, coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımı ve korunması için kamu kurumları ile yerel paydaşların iş birliğinin kritik önemi vurgulanmıştır. Bu iş birliğinin, ürünlerin katma değerini artırarak yöresel ekonomiye katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Afyonkarahisar, dijital pazarlama, yöresel yiyecek-içecek, coğrafi işaret.

Afyonkarahisar's Rising Delicacies in the Digital Market

Abstract

This study aimed to identify prominent local products by analysing the content of e-commerce sites in Afyonkarahisar and to evaluate the representation of geographically indicated products on these platforms. The study undertook a comprehensive analysis of local e-commerce websites actively involved in the online sale of products. Through content analysis, the diversity of goods offered was assessed, thereby highlighting the range of local products available and the representation of those bearing geographical indications on these platforms. The analyses revealed that products such as sucuk, pastırma, kaymak, lokum, poppy seed goods, and various dairy items feature prominently among Afyonkarahisar's local offerings on e-commerce websites. However, it was found that the representation of Afyonkarahisar's registered geographically indicated products on online platforms remains limited, and in several instances, the geographical indication logo is not employed. This points to notable deficiencies in both brand credibility and the provision of information to consumers. The study puts forward strategic recommendations for producers and e-commerce platform operators to improve the effective representation of local products within digital marketing channels. Moreover, it emphasises the crucial role of collaboration between public institutions and local stakeholders in the promotion and protection of geographically indicated products. Such cooperation is posited to enhance the local economy by increasing the added value of these goods.

Keywords: Afyonkarahisar, digital marketing, local food and beverages, geographical indication.

Dijital Gastronomi Platformlarında Türk Mutfağının Temsili: TasteAtlas Örneğİ

Lisansüstü Öğrenci, Esra YÜKSEL

Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
esrayuksel958@anadolu.edu.tr
ORCID: 0009-0001-6376-218X

Doç. Dr. Sema EKİNCEK

Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
semaekincek@anadolu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9186-9323

Arş. Gör. Cansu İŞERİ

Alanya Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
cansu.iseri@alanyauniversity.edu.tr
ORCID: 0009-0009-9145-0173

Özet

Günümüzde dijital teknolojiler ve çevrimiçi ağlar, bireylerin gastronomi deneyimlerini dönüştürmekte ve küresel etkileşim olanaklarını önemli ölçüde artırmaktadır. Bu bağlamda dijital gastronomi platformları, ulusal mutfakların uluslararası düzeydeki görünürlüğünü ve tanınırlığını artıran stratejik araçlar olarak öne çıkmaktadır. Bu platformların Türk mutfağı özelinde nasıl bir temsil alanı sunduğu ise araştırmaya değer bir konu olarak dikkat çekmektedir. Bu araştırmanın temel amacı, Türk mutfağına ait gastronomi unsurlarının dijital gastronomi platformlarındaki görünürlüğünü ortaya koymak ve kullanıcı yorumlarında öne çıkan temaları belirlemektir. Araştırma, nitel araştırma deseni çerçevesinde tasarlanmıştır. Veriler, TasteAtlas platformunda yer alan dijital içerikler üzerinden doküman analizi yöntemiyle toplanmış ve elde edilen veriler içerik analizi tekniğı ile çözümlenmiştir. Elde edilen bulgular, Türk mutfağıının küresel gastronomi platformlarında dikkat çekici bir temsil gücüne sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle *Çökertme Kebabı* ve *Cağ Kebabı*’nın “100 Best Dishes in the World” listesinde ilk 10’da yer alması, mutfağıın özgünlüğünü ve lezzet kalitesini vurgulamaktadır. Ayrıca, Gaziantep’in “100 Best Food Cities” listesinde 18. sırada, Ege Bölgesi’nin ise “Best Food Regions” kategorisinde 28. sırada bulunması, bu bölgelerin kültürel zenginliklerinin dijital platformlar aracılığıyla dünya genelinde tanınma ve marka değerini artırma potansiyelini göstermektedir. Sonuç olarak, Türk mutfağı özgün yemekleri ve bölgesel zenginliğiyle uluslararası platformlarda yüksek düzeyde kabul görmekte ve dünya mutfakları arasında kalıcı, stratejik bir konuma ulaşma potansiyelini taşımaktadır. Öte yandan Türk mutfağı, TasteAtlas gibi küresel platformlarda görünürlük kazanmış olsa da özellikle ‘Top 100 Traditional Dishes’ listesinde Gaziantep, İstanbul, Adana ve Hatay gibi gastronomik açıdan öne çıkan illere özgü yemeklerin yoğunlukta olduğu dolayısıyla gastronomik unsurların büyük ölçüde belirli bölgelere yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durum, Türkiye’nin sahip olduğu zengin yöresel mutfak mirasının dijital gastronomi platformlarında kısıtlı bir çerçevede yansıtıldığını ortaya koymakta ve kültürel çeşitliliğın eksik temsiliyle sonuçlanmaktadır. Bu bağlamda, Türk mutfağıının daha dengeli ve kapsayıcı temsili için dijital gastronomi platformlarında yerel içerik üretimi ve kültürel çeşitliliğı gözetken stratejik iş birlikleri geliştirilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Türk Mutfağı, TasteAtlas ödülleri, dijital gastronomi, gastronomi rehberi.

Representation of Turkish Cuisine on Digital Gastronomy Platforms: TasteAtlas Example

Abstract

Today, digital technologies and online networks transform individuals' gastronomy experiences and significantly increase the opportunities for global interaction. In this context, digital gastronomy platforms stand out as strategic tools that increase the visibility and recognition of national cuisines at the international level. How these platforms offer a representation space for Turkish cuisine is a topic worthy of research. The main purpose of this research is to reveal the visibility of gastronomic elements of Turkish cuisine on digital gastronomy platforms and to identify the prominent themes in user comments. The research was designed within the framework of qualitative research design. The data were collected through document analysis method through digital content on the TasteAtlas platform and the data obtained were analyzed by content analysis technique. The findings show that Turkish cuisine has a remarkable representation power on global gastronomy platforms. Especially the fact that ökertme Kebab and Cağ Kebab are in the top 10 of the "100 Best Dishes in the World" list emphasizes the authenticity and taste quality of the cuisine. Furthermore, Gaziantep ranked 18th in the "100 Best Food Cities" list and the Aegean Region ranked 28th in the "Best Food Regions" category, demonstrating the potential of the cultural richness of these regions to be recognized worldwide through digital platforms and to increase their brand value. In conclusion, Turkish cuisine, with its unique dishes and regional richness, is highly recognized on international platforms and has the potential to achieve a permanent, strategic position among the world's cuisines. On the other hand, although Turkish cuisine has gained visibility on global platforms such as TasteAtlas, especially in the 'Top 100 Traditional Dishes' list, it is seen that the gastronomic elements are largely concentrated in certain regions, with dishes specific to gastronomically prominent provinces such as Gaziantep, Istanbul, Adana and Hatay. This situation reveals that Türkiye's rich regional culinary heritage is reflected in a limited framework on digital gastronomy platforms, resulting in an incomplete representation of cultural diversity. In this context, for a more balanced and inclusive representation of Turkish cuisine, local content production and strategic collaborations that take into account cultural diversity should be developed on digital gastronomy platforms.

Keywords: Turkish cuisine, TasteAtlas awards, digital gastronomy, gastronomy guide.

Kapadokya Bölgesinde Yerel Halkın Gözünden Yerel Mutfak İmajı: Nevşehir Üzerine Nitel Bir İnceleme

Doç. Dr. Günay EROL

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
gunayerol@nevsehir.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8288-998X

Özet

Yerel mutfak imajı, belirli bir yöre ya da bölgeye özgü mutfak değişkenlerine yönelik algıları, bakış açılarını ve düşünceleri yansıtan bir kavramdır. Kavram, genellikle belirli bir destinasyonun dışında yaşayan insanların destinasyonun yerel mutfağına ilişkin görüşlerini ele alarak çalışılan bir konu olmuştur. Yerel mutfak imajını yerel halkın gözünden ele alan çalışmaların ise oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çalışmanın amacı, Kapadokya bölgesinin en önemli turistik destinasyonu olan Nevşehir'in yerel mutfak imajını yerel halkın gözünden ele almaktır. Çalışmadaki veriler yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığı ile yüz yüze elde edilmiştir. Çalışmada, Nevşehir mutfağının araştırmaya katılan yerel halkın gözünde önemli oranda kültürel mirası yansıtan ve eğlenceli, kısmen doğal, kendine özgü ve sağlıklı bir mutfak olduğu algısına sahip olduğu belirlenmiştir. Ayrıca lezzet ve ürün çeşitliliği algısının ise orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Kapadokya, Nevşehir, yerel mutfak imajı, yerel halk.

The Image of Local Cuisine in the Eyes of the Local People in the Cappadocia Region: A Qualitative Study on Nevşehir

Abstract

The local cuisine image reflects perceptions, perspectives and thoughts about culinary variables specific to a region or area. It has been a subject of study shaped by considering the views and perceptions of outsiders regarding the local cuisine of a destination. Studies examining the local cuisine image from local residents' perspectives is quite limited. The aim of this study is to explore the local cuisine image of Nevşehir, the most important touristic destination of the Cappadocia region, from the perspective of local people. The data for the study were collected through face-to-face semi-structured interview forms. The study found that residents view Nevşehir cuisine as a significant part of their cultural heritage and an exciting culinary experience and it is perceived as a partially natural, unique, and healthy cuisine. Furthermore, the perception of taste and product variety has been found to be at a moderate level.

Keywords: Cappadocia, Nevşehir, local cuisine image, local people.

Kültürel Kimlik ve Gastronomi: Geleneksel Tariflerin Modern Tabağa Aktarılmasında Etik Sınırlar

Dr. Öğr. Üyesi Sedef ÖZGÖNÜL DONUKTAN

İzmir Ekonomi Üniversitesi, Uygulamalı Yönetim Bilimleri Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
sedefozgonul@gmail.com
ORCID: 0000-0002-9573-3535

Özet

Bu çalışma, modern gastronomi uygulamalarında geleneksel tariflerin yaratıcı biçimde yeniden yorumlanmasının kültürel kimlik, etik sorumluluk ve sürdürülebilirlik bağlamında nasıl ele alındığını incelemektedir. Araştırmanın amacı, Türkiye’de Michelin Rehberi tarafından bir yıldızla ödüllendirilmiş on iki seçkin restoranda uygulanan pratiklerin etik sınırlarını analiz etmektir. Çalışmada, dokuz etik kriter belirlenmiş; bu kriterler arasında geleneksel tarif kullanımı, modernizasyon tekniği, sunumda kültürel kimlik ifadesi, yerel malzeme oranı, sürdürülebilirlik uygulamaları, tedarik zinciri şeffaflığı, hikâyelemenin kapsamı, dijital temsil stratejileri ve fikri mülkiyet yaklaşımları yer almıştır. Veriler, restoranların resmî web siteleri, Michelin Rehberi tanıtım sayfaları, sosyal medya paylaşımları ve müşteri deneyimlerini içeren çevrimiçi platformlardan nitel doküman incelemesi yoluyla toplanmıştır. Toplanan dokümanlar Nvivo 15 yazılımına aktarılmış ve önceden tanımlanan temalar doğrultusunda içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Bulgular, restoranların çoğunda geleneksel tariflere belirgin göndermeler yapıldığını ancak bu unsurların genellikle modern estetik ve füzyon teknikleriyle dönüştürüldüğünü ortaya koymaktadır. Ayrıca, sürdürülebilirlik beyanlarının çeşitlilik gösterdiği ve tedarik zinciri şeffaflığı ile dijital hikâyelemede sınırlı bilgi paylaşımının yaygın olduğu saptanmıştır. Fikri mülkiyet ve ekonomik paylaşım konularında ise açık beyanların nadiren yer aldığı görülmüştür. Araştırmanın sonuçları, kültürel mirasın korunması ve yaratıcı mutfak pratiğinin etik sorumluluklarla uyumlu hale getirilmesi için restoranların daha kapsayıcı ve şeffaf iletişim stratejileri geliştirmesi gerektiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi etiği, kültürel kimlik, sürdürülebilirlik, modern mutfak uygulamaları.

Cultural Identity and Gastronomy: Ethical Boundaries in Transferring Traditional Recipes to the Modern Plate

Abstract

This study examines how the creative reinterpretation of traditional recipes is addressed in the context of cultural identity, ethical responsibility, and sustainability within modern gastronomy practices. The aim of the research is to analyze the ethical boundaries of practices implemented in twelve distinguished restaurants in Türkiye that have been awarded one star by the Michelin Guide. In the study, nine ethical criteria were identified; these criteria included the use of traditional recipes, modernization technique, expression of cultural identity in presentation, proportion of local ingredients, sustainability practices, supply chain transparency, the scope of storytelling, digital representation strategies, and intellectual property approaches. Data were collected through qualitative document analysis of official restaurant websites, Michelin Guide introduction pages, social media posts, and online platforms containing customer expe-

riences. The collected documents were transferred into Nvivo 15 software, and content analysis was carried out in line with the predefined themes. The findings reveal that in most restaurants, there are clear references to traditional recipes; however, these elements are generally transformed through modern aesthetics and fusion techniques. Additionally, it was determined that sustainability declarations varied and that limited information sharing was common regarding supply chain transparency and digital storytelling. In matters of intellectual property and economic sharing, explicit statements were found to be rare. The results of the research indicate that in order to protect cultural heritage and align creative culinary practice with ethical responsibilities, restaurants need to develop more inclusive and transparent communication strategies.

Keywords: Gastronomy ethics, cultural identity, sustainability, modern culinary practices.

Bartın'ın Gastronomik Kimliğinin Sunum Yoluyla Yeniden Yorumlanması: Deneysel Bir Araştırma

Arş. Gör. Yağız Batuhan ERASLAN

Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
yberaslan@kastamonu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8047-5943

Doç. Dr. Serkan ÇALIşKAN

Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
serkancaliskan@kastamonu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-4996-8640

Özet

Çalışmada, Bartın iline özgü geleneksel gastronomik ürünlerin çağdaş sunum teknikleriyle yeniden yapılandırılarak gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Türkiye'nin zengin coğrafi işaret potansiyeli, yöresel lezzetlerin tanıtımı ve ticarileştirilmesinde stratejik bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Bartın ise sahip olduğu mutfak mirasıyla bu potansiyelin önemli temsilcilerindendir. Beyaz Baklava, Pirinçli Bartın Mantısı, Kabak Burma Tatlısı ve Çöven Ekmeği gibi ürünler, geleneksel bilgi birikimiyle şekillenmiş özgün tatlar olmakla birlikte, modern gastronomik sunumlarla desteklenemedikleri için turistik pazarda yeterince yer bulamamaktadır. Çalışma kapsamında, nitel veri araştırma yöntemine dayalı olarak yerel üreticiler, sektör temsilcileri ve turizm paydaşlarıyla yarı yapılandırılmış görüşmeler geręekleřtirilmiř; Bartın gastronomisinin mevcut durumu, sorunları ve gelişim potansiyelleri analiz edilmiştir. Bulgular, coğrafi işaretili ürünlerin tanıtım eksikliği, hikâye anlatımının yetersizliği, görsel sunum zayıflığı ve deneyim temelli yaklaşımların eksikliğini ortaya koymuştur. Bu çerçevede özgün bir tadım menüsü tasarlanmış, çağdaş sunum ve anlatı teknikleriyle prototip ürünler geliştirilmiştir. Çalışma, geleneksel lezzetlerin modern gastronomiyle yeniden yorumlanması- nın, yerel kalkınma ve sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından nasıl bir değer yaratabileceğini somut bir modelle ortaya koymaktadır. Bartın'ın gastronomik kimliğinin güçlendirilmesi için multidisipliner bir yaklaşımın benimsenmesi önerilmekte; kültürel miras, estetik sunum ve deneyimsel tatlar bütüncül bir turizm stratejisiyle buluşturulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, coğrafi işaret, Bartın mutfağı, yerel kalkınma.

Reinterpreting Bartın's Gastronomic Identity Through Presentation: An Experimental Study

Abstract

This study aims to reinterpret the traditional gastronomic products unique to the province of Bartın through contemporary presentation techniques within the context of gastronomy tourism. Türkiye's rich potential in geographical indications serves as a strategic tool in promoting and commercializing local flavors, and Bartın stands out as a significant representative of this potential with its culinary heritage. Products such as *Beyaz Baklava*, *Pirinçli Bartın Mantısı*, *Kabak Burma Tatlısı*, and *Çöven Ekmeği* are original tastes shaped by traditional knowledge;

however, they have not been sufficiently integrated into the tourism market due to the lack of modern gastronomic presentations. Within the scope of this research, a qualitative methodology was adopted, and semi-structured interviews were conducted with local producers, sector representatives, and tourism stakeholders. The findings revealed key issues such as inadequate promotion of geographically indicated products, insufficient storytelling, weak visual presentation, and the absence of experiential approaches. In response, an original tasting menu was designed, and prototype products were developed using modern presentation and narrative techniques. The study provides a tangible model illustrating how traditional flavors can be restructured through modern gastronomy to contribute to local development and sustainable gastronomy tourism. It is recommended that a multidisciplinary approach be adopted to strengthen the gastronomic identity of Bartın, combining cultural heritage, aesthetic presentation, and experiential flavors within an integrated tourism strategy.

Keywords: Gastronomy tourism, geographical indication, Bartın cuisine, local development.

Destinasyon Markalaşma Aracı Olarak Hikâye Anlatıcılığının Coğrafi İşaretli Ürünlerin Tanıtımına Etkisi

Öğr. Gör. Uğur LOKMAN

Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ugur.lokman@deu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-3004-2303

Öğr. Gör. Nevres SEZEN

Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Kadirli Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
nevressezen@osmaniye.edu.tr
ORCID: 0000-0002-0198-5441

Özet

Destinasyon markalaşması, yalnızca fiziksel özelliklerle değil, kültürel ve sembolik değerlerle de şekillenmektedir. Hikâye anlatıcılığı, destinasyonun zihinsel haritalarda konumlandırılmasında etkili bir iletişim aracı olarak öne çıkmaktadır. Özellikle coğrafi işaretli ürünler; üretim süreçlerinden tarihsel arka planlarına, kültürel hafızadaki yerlerinden toplumsal anlatılara kadar birçok unsuru içeren hikâyelere sahiptir. Bu çalışma, hikâye anlatıcılığının coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımında nasıl bir araç olarak kullanılabileceğini ve bu anlatıların destinasyon markalaşmasına olan katkılarını irdelemeyi amaçlamaktadır. Yöntem olarak nitel araştırma desaininde doküman analizi tercih edilmiş; ulusal ve uluslararası literatür taraması yapılarak konuyla ilgili bilimsel makaleler, tezler ve kitap bölümleri incelenmiştir. Araştırmada hikâyeleştirilmiş ürünlerin tüketici gözünde bir değer oluşturduğu, coğrafi işaretli ürünlerin bu anlatılar aracılığıyla hem pazarlanabilirliklerinin arttığı hem de ait oldukları destinasyonun marka kimliğinin güçlendirdiği sonucuna varılmıştır. Bu kapsamda, hikâye anlatımı ve gastronomi değerlerinin bir arada kullanılması hem kültürel sürdürülebilirlik hem de destinasyon rekabet gücü açısından önemli bir avantaj sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Hikâye anlatıcılığı, destinasyon markalaşması, coğrafi işaretli ürünler.

The Impact of Storytelling as a Destination Branding Tool on the Promotion of Geographically Indicated Products

Abstract

Destination branding is shaped not only by physical characteristics but also by cultural and symbolic values. Storytelling stands out as an effective communication tool in positioning the destination on mental maps. Especially geographical indication products have stories that encompass many elements, from their production processes to their historical backgrounds, and from their places in cultural memory to social narratives. This study aims to examine how storytelling can be used as a tool in the promotion of geographical indication products and the contributions of these narratives to destination branding. Document analysis was preferred as a qualitative research method, and scientific articles, theses, and book chapters related to the subject were examined through a national and international literature review. The research

concluded that storytelling products create value in the eyes of consumers, and that geographical indication products enhance their marketability and strengthen the brand identity of their destination through these narratives. In this context, the combined use of storytelling and gastronomic values provides an important advantage for both cultural sustainability and the competitive power of the destination.

Keywords: Storytelling, destination branding, geographically indicated products.

Sakarya'nın Tarım Turizmi (Agro-Turizm) Potansiyelinin SWOT Analizi Kullanılarak Belirlenmesi

Öğr. Gör. Ömer Berke CUROĞLU

Ordu Üniversitesi, Aybastı Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
omerberkecuroglu@odu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-5069-6726

Doç. Dr. Gülçin ÖZBAY

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
gozbay@subu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-5647-7137

Özet

Bu araştırmanın amacı, Sakarya ilinin tarım turizmi potansiyelini SWOT analizi kullanarak belirlemek, bu potansiyeli etkileyen faktörleri değerlendirmektir. Araştırma sonucunda, Sakarya'nın tarım turizminin gelişimi için uygun stratejilerin ve politikaların geliştirilmesi hedeflenmektedir. Katılımcılardan derinlemesine bilgi almak ve araştırma sürecini yönlendirebilmek amaçlandığından nitel araştırma yöntemine başvurulmuştur. Araştırma evreni Sakarya ilinde ikamet etmekte olan bireyler olurken örnekleme ise Sakarya'da kamu görevlileri, akademisyenler ve çiftçilerden oluşmaktadır. Araştırmanın yürütülmesinde nitel veri toplama yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Veriler 30 Haziran ve 14 Temmuz 2025 tarihlerinde toplanmıştır. Gelecekteki çalışmalara yön verebilmek ve araştırmacılara yol gösterebilmek için verilerin analizinde betimsel analiz ve içerik analizi kullanılmıştır. Bu araştırmada, Sakarya'nın ekoturizm ve sürdürülebilir tarım turizmi açısından büyük bir potansiyele sahip olduğu; ancak mevcut durumu değerlendirildiğinde bu potansiyelin tam anlamıyla kullanılamadığı görülmüştür. SWOT analizi çerçevesinde yapılan değerlendirmeler, bölgenin sahip olduğu güçlü yönlerin korunduğu, zayıf yönlerin giderildiği, fırsatların değerlendirildiği ve tehditlerin minimize edildiği bir modelin oluşturulması gerektiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Tarım turizmi, SWOT analizi, Sakarya.

Determining the Potential of Agricultural Tourism (Agro-Tourism) in Sakarya Using SWOT Analysis

Abstract

The aim of this research is to identify the agri-tourism potential of Sakarya province using SWOT analysis and to evaluate the factors affecting this potential. As a result of the research, it is intended to develop appropriate strategies and policies for the development of agri-tourism in Sakarya. Since the study aims to obtain in-depth information from participants and guide the research process, a qualitative research method was employed. While the research population consists of the Sakarya province, the sample comprises public officials, academics, and farmers residing in Sakarya. In conducting the research, the semi-structured interview technique, which is one of the qualitative research methods, was utilized. Data were collected between June 30 and July 14, 2025. To guide future studies and provide direction for researchers, descriptive and content analysis methods were employed in the analysis of the data. This study

revealed that although Sakarya possesses significant potential in terms of ecotourism and sustainable agri-tourism, this potential has not been fully utilized in its current state. The evaluations conducted within the framework of SWOT analysis indicate the necessity of establishing a model in which the region's strengths are preserved, weaknesses are addressed, opportunities are leveraged, and threats are minimized.

Keywords: Agri-tourism, SWOT analysis, Sakarya.

Türkiye ve Dünya’da Avcılık: Av Ürünlerinin Gastronomik Kullanımı

Lisansüstü Öğrenci. Oğuzhan TOPAL

Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
topaloguzhan@hotmail.com
ORCID: 0009-0000-2918-4593

Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ

Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
gurkanakdag@mersin.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9819-9465

Prof. Dr. Ümit SORMAZ

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
umit.sormaz@manas.edu.kg
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
usormaz@erbakan.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7514-1500

Özet

Av hayvanları ve av hayvanlarından sağlanan beslenme yaklaşımı insan evriminin önemli bir parçası olarak yüzyıllar boyunca temel beslenme unsurları arasında yer almıştır. Günümüzde, değişen beslenme alışkanlıkları ve artan insan nüfusu ile birlikte artık mutfaklarda kullanımı gittikçe azalan av ürünleri niş bir tüketim unsuru olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Bu çalışma, küresel ölçekte avcılık olarak adlandırılan faaliyetlerin günümüzdeki durumunu ortaya koymayı hedeflerken Türkiye özelinde de avcılık aktivitelerinin boyutunu göz önüne sererek avlanan hayvanların gastronomik bir ürün olarak alternatif tüketim olanaklarını tanıtmayı hedeflemektedir. Gerçekleştirilen alanyazın taraması neticesinde; avcılığın günümüzde önemli bir spor aktivitesi olarak hala sürdürüldüğü ve ülkeler açısından ekonomik katma değer sağlama imkanı sunan alternatif turizm yaklaşımlarından biri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer yandan, av hayvanlarının gastronomik açıdan Türk mutfağında uzun yıllar boyunca kullanıldığı ancak günümüzde mutfaklarda av etlerine ayrılan payın oldukça azaldığı sonucuna da ulaşılmıştır. Uzun yıllar boyunca, özellikle Osmanlı saray mutfağının önemli bir lezzeti olarak reçetelendirilen av hayvanları Anadolu insanı açısından da sıklıkla tüketilen bir protein kaynağı olarak kabul edilmiştir. Ancak, bu yaklaşım günümüzde çok büyük ölçüde terk edilmiş durumdadır. Mevcut durumun ortaya çıkmasındaki etkenler arasında köyden kente göç ile birlikte değişen beslenme alışkanlıkları, av hayvanlarının sayısının azalmış olması, toplumda avcılığa yönelik bakış açısının değişmesi ve hayvanseverlik başta olmak üzere ortaya çıkan duyarlılıklar yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Avcılık, av ürünleri, beslenme yaklaşımları, gastronomi

Hunting in Türkiye and the World: Gastronomic Use of Hunt Products

Abstract

Hunting and the nutritional approach derived from hunt have been a fundamental part of human evolution and a staple of nutrition for centuries. Nowadays, with changing eating habits and increasing human population, game products are becoming less and less used in kitchens and are now considered as a niche consumption item. This study aims to reveal the current

status of hunting activities on a global scale and, specifically in Türkiye, to highlight the scale of hunting activities and to introduce alternative consumption opportunities for game as a gastronomic product. The literature review concludes that hunting continues to be an important sporting activity and represents an alternative tourism approach that offers added economic value for countries. Furthermore, it also concludes that while game has been used gastronomically in Turkish cuisine for many years, the share allocated to game meat in cuisine has decreased significantly. For many years, game, particularly prescribed as a staple of Ottoman palace cuisine, was also considered a frequently consumed protein source by the Anatolian people. However, this approach has largely been abandoned today. The factors that led to the current situation include changing eating habits with migration from villages to cities, the decrease in the number of hunting animals, the changing perspective on hunting in society and the sensitivities that have emerged, especially animal love.

Keywords: Hunting, hunting products, nutritional approaches, gastronomy

Yaratıcı Beyin ve Çekingen Damak: Yaratıcı Kişilik Gıdada Yenilik Korkusunu Aşabilir mi?

Arş. Gör. Seray EVREN

İstanbul Gedik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
seray.evren@gedik.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9063-5824

Öğr. Gör. Büşra DİKEN ÇOLAK

İstanbul Gedik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
busra.dikencolak@gedik.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8888-9577

Doç. Dr. Nihan YARMACI GÜVENÇ

İstanbul Gedik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
nihan.yarmaci@gedik.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2679-5468

Özet

Yaratıcı düşünme becerisi, bireylerin karşılaştıkları zorluklara kolay adapte olmasını sağlamaktadır. Zorluklara adapte olabilmeleri ve çözüm yaratabilmeleri ise yeniliklere ve yeni ürünlere olan bakış açıları ile ilişkili olabilir. Bu bağlamda, yaratıcı kişilik özelliklerinin bireyin gıdada yenilik korkusu üzerinde etkili olup olmayacağı sorusu araştırmanın problemi oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı, yaratıcı kişilik özelliklerinin gıdada yenilik korkusu düzeyine etkisini tespit etmektir. Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın evreni, İstanbul'da yaşayan ve 18 yaş üzeri bireylerden oluşmaktadır. İstanbul'un kozmopolit yapısı araştırma evreni olarak seçilmesinde etkili olmuştur. Araştırmada olasılıklı örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme tekniği kullanılarak 385 katılımcıya ulaşılması planlanmaktadır. Veriler, nicel veri toplama tekniklerinden; yaratıcı kişilik özellikleri ölçeği ile gıdada yenilik korkusu ölçeğinin yer aldığı toplam 27 ifadeden oluşan anket formu ile toplanacaktır. Elde edilen veriler istatistik paket programı aracılığıyla analiz edilecektir. Bu çalışmada, yaratıcı kişilik özelliklerinin gıdada yenilik korkusu üzerindeki etkisi tüketici örneklemini üzerinden incelenerek, tüketici davranışı literatüründe bu alandaki boşluğun katkı sağlaması hedeflenmektedir. Literatürde demografik özellikler ve bazı psikolojik değişkenlerin gıdada yenilik korkusu üzerindeki etkisi araştırılmış olsa da, yaratıcı kişilik temelli çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu bağlamda, araştırmanın gastronomi alanında kişilik temelli pazarlama stratejilerine ve ürün geliştirme süreçlerine katkı sunması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcı kişilik, gıdada yenilik korkusu, tüketici davranışı, kişilik özellikleri.

Creative Mind ve Hesitant Palate: Can Creative Personality Overcome Food Neophobia?

Abstract

The ability to think creatively enables individuals to easily adapt to the challenges they encounter. Their ability to adapt to difficulties and generate solutions may be related to their perspectives on innovation and new products. In this context, the research problem is shaped around the question of whether creative personality traits have an impact on individuals' food neophobia. The aim of the study is to determine the effect of creative personality traits on the level of food neophobia. The study is planned to be conducted using a quantitative research method. The research population consists of individuals over the age of 18 residing in Istanbul. Istanbul's cosmopolitan structure played a role in its selection as the research setting. Using one of the probabilistic sampling methods, namely convenience sampling, it is planned to reach 385 participants. The data will be collected using a questionnaire form composed of 27 items, including scales measuring creative personality traits and food neophobia. The collected data will be analyzed using the SPSS software. This study aims to contribute to the gap in the consumer behavior literature by examining the effect of creative personality traits on food neophobia through a consumer sample. Although previous studies have explored the effects of demographic characteristics and some psychological variables on food neophobia, research based on creative personality traits remains quite limited. In this context, the study is expected to contribute to personality-based marketing strategies and product development processes within the field of gastronomy.

Keywords: Creative personality, food neophobia, consumer behavior, personality traits.

Gastronomide Nöronal Hesaplama Yaklaşımları: Canlı Sinir Hücrelerine Dayalı Sistemlerin Uygulanma Potansiyeli

Dr. Öğr. Üyesi Erol TAŞKIN

Gaziantep İşlam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
erol.taskin@gibtu.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4799-0833

Özet

Bu araştırma, gastronomi alanında canlı nöronlarla etkileşime giren biyolojik olarak temelli hesaplama sistemlerinin teorik ve pragmatik kullanımlarını incelemektedir. Tat alma tomurcuğu organoidleri, hücresel çizgiler ve çok kanallı elektrot dizileri (MEA) gibi yapılar, çevresel ve kimyasal uyarınlara yanıt olarak gerçek zamanlı ani (aksiyon potansiyeli) modelleri üreterek duyuşal verilerin biyofiziksel düzeyde incelenmesini kolaylaştırır. Çalışmada, bu sistemlerin nöroastronomi, duyuşal menü formülasyonu, tat tercih modellemesi, beslenme davranışı analizi ve yapay zeka içeren hibrit menü sistemlerinde uygulanmasını detaylandırmaktadır. Canlı nöron tabanlı sistemler, yalnızca tat alma değil, parlaklık, işitsel uyarınlara, sinaptik düzeyde koku alma gibi çeşitli duyuşal bileşenlerin etkilerini ölçerek gastronomik deneyimin sinirsel temsiliinin elde edilmesini kolaylaştırır. Ayrıca, kültürel ve bireysel tat eğilimlerinin nörofizyolojik temsillerini karşılaştırmalı çalışmalarda kullanılabilir hale getirir. Bu araştırma, geleneksel algoritmik metodolojileri aşan, biyolojik gerçeklik üzerinden duyuşal deneyimi simüle eden yeni bir hesaplama paradigması ortaya koymaktadır. Bu paradigma, deneysel gastronomi, çevresel duyuşal modülasyon, duyuşal sanat ve gastronomik turizm gibi alanlarda bilimsel çıktıları sunabilir. Bununla birlikte, canlı hücre tabanlı uygulamaların etik sınırlarının belirsizliği ve bu sistemlerin titizlikle ve mantıklı bir şekilde geliştirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Canlı nöral hesaplama, nörogastronomi, duyuşal menü tasarımı, gastronomi turizmi.

Neuronal Computational Approaches in Gastronomy: The Potential for Application of Systems Based on Living Neuronal Cells

Abstract

This investigation explores the theoretical and practical uses of biologically-derived computing systems that engage with living neurons in the realm of gastronomy. Constructs such as taste bud organoids, neuronal cell lines, and multi-electrode arrays (MEA) generate real-time action potential patterns in reaction to environmental and chemical stimuli, enabling the biophysical examination of sensory data. The study elaborates on the incorporation of these systems into neurogastronomy, sensory menu development, taste preference modeling, eating behavior assessment, and AI-enhanced hybrid menu frameworks. Living neuron-based platforms facilitate the neural representation of gastronomic experiences by measuring not only gustatory responses but also the effects of luminosity, auditory stimuli, and olfactory input at the synaptic level. These systems also permit the comparative neurophysiological mapping of cultural and individual taste preferences. The research introduces a novel computational paradigm that transcends traditional algorithmic approaches by simulating sensory experience through biological authenticity. This paradigm provides scientific insights into experimental gastronomy, environmental sensory modulation, sensory art, and gastronomic tourism. However, the ethical

uncertainties surrounding the utilization of living cell-based systems are underscored, highlighting the necessity for these technologies to be developed with precision, accountability, and ethical awareness.

Keywords: Living neural computing, neurogastronomy, sensory menu design, gastronomic tourism.

Tüketimde Yeni Trend: Sürülebilir Gıdalar

Lisansüstü Öğrencisi, Özge ÖZDEMİR

Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
A.B.D.

ozge.zz148@gmail.com

ORCID: 0009-0003-4192-5536

Doç. Dr. Emre HASTAOĞLU

Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

ehastaoglu@cumhuriyet.edu.tr

ORCID: 0000-0001-8802-6632

Özet

Sürülebilir gıdalar, oda sıcaklığında veya soğuk koşullarda kolaylıkla sürülebilir kıvama sahip, doğrudan tüketilebilir ürünlerdir. Bu kapsamda; sürülebilir tereyağı, margarin, krem peynir, labne, zeytin ezemeleri, sürülebilir et ve tavuk bazlı ürünler, kakaolu kremler ile tahin-pekmez karışımları gibi çeşitli ürünler yer almaktadır. Özellikle sürülebilir et ve tavuk ürünleri, protein alımını kolaylaştırmaları, gıda israfını azaltmaları ve ürün çeşitliliği sağlamaları bakımından önem arz etmektedir. Tavuk bazlı sürülebilir ürünler arasında füme tavuk ezmesi, tavuk paté ve rillette türleri öne çıkarken; et bazlı ürünler ise dana paté ve karışık et ezemeleri şeklinde çeşitlenmektedir. Bu ürünler, pratik tüketim imkânı, soğuk zincirde saklama kolaylığı ve porsiyon kontrolü gibi avantajlar sayesinde uluslararası pazarda yaygınlık kazanmıştır. Bu çalışmanın amacı, dünya genelinde üretilen sürülebilir gıda ürünlerinin türlerini sistematik olarak incelemek, konuya ilişkin akademik çalışmaları derleyerek mevcut bulguları ortaya koymak ve ürünlerin duyuşal özelliklerine yönelik literatürdeki bilgileri kapsamlı şekilde değerlendirmektir. Çalışmada derleme yöntemi kullanılarak güncel literatür taraması gerçekleştirilmiştir. İncelenen çalışmalar, sürülebilir ürünlerin duyuşal kalite parametreleri arasında kremsi kıvam, yayılabilirlik, tat dengesi, aroma kararlılığı, renk homojenliği ve ağızda erime gibi özelliklerin kritik öneme sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca, ürünlerde kullanılan yağ kalitesi, tuz oranı, katkı maddeleri ve protein kalitesi gibi bileşenlerin duyuşal özellikleri doğrudan etkilediği vurgulanmaktadır. Sonuç olarak, sürülebilir gıda ürünleri, tüketim kolaylığı, porsiyon kontrolü ve raf ömrü avantajları ile global ölçekte tercih edilmektedir. Literatürde bu ürünlerin yayılabilirlik, kremsi yapı, homojen renk dağılımı ve aroma stabilitesi gibi duyuşal özelliklerinin tüketici kabulünü belirleyen temel faktörler olduğu kabul edilmektedir. Ayrıca, hammadde kalitesi ve formülasyon parametrelerinin duyuşal kalite üzerindeki etkileri önem arz etmektedir. Bu bağlamda, sürülebilir ürünlerin duyuşal kaliteyi koruyarak çeşitlendirilmesi, gıda endüstrisinde kabul görmesini artırmakta ve sürdürülebilir gıda sistemlerine katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sürülebilir gıda, beslenme trendleri, tüketim, gastronomi.

A New Trend in Consumption: Spreadable Foods

Abstract

Spreadable foods are products that possess a texture easily spreadable at room temperature or under cold conditions and can be consumed directly. This category includes various items such as spreadable butter, margarine, cream cheese, labneh, olive pastes, spreadable meat- and poultry-based products, chocolate spreads, and tahini-molasses mixtures. In particular, spreadable meat and poultry products are significant as they facilitate protein intake, reduce food waste, and contribute to product variety. Among poultry-based spreadable products, smoked chicken paste, chicken p  t  , and rillettes stand out; while meat-based products include beef p  t   and mixed meat spreads. These products have gained popularity in international markets due to their convenience, ease of storage in the cold chain, and portion control advantages. The aim of this study is to systematically examine the types of spreadable food products produced worldwide, compile relevant academic research, and comprehensively evaluate the sensory characteristics of these products. A literature review method was used in the study to analyze up-to-date sources. The reviewed studies indicate that key sensory quality parameters for spreadable products include creamy texture, spreadability, taste balance, aroma stability, color uniformity, and melt-in-the-mouth characteristics. Furthermore, it is emphasized that components such as fat quality, salt content, additives, and protein quality directly affect sensory attributes. As a result, spreadable food products are globally preferred due to their ease of consumption, portion control, and extended shelf life. The literature suggests that sensory properties such as spreadability, creamy texture, uniform color distribution, and aroma stability are fundamental factors determining consumer acceptance. Moreover, the quality of raw materials and formulation parameters significantly impact sensory quality. In this context, diversifying spreadable products while preserving sensory quality enhances their acceptance in the food industry and contributes to sustainable food systems.

Keywords: Spreadable food, dietary trends, consumption, gastronomy.

Üretken Yapay Zeka, Gastronomi Turistinin Yeni Rehberi Olur Mu?

Lisansüstü Öğrenci, Sümeyra ŞİMŞEK KARA

Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Bölümü,
sumeyrasimsek@gmail.com
ORCID: 0009-0004-6481-2021

Doç. Dr. Nalan IŞIK

Gaziantep Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü,
isiknalan@hotmail.com
ORCID: https: 0000-0002-3072-649X

Lisansüstü Öğrenci, Hacer SÖNMEZ

Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Bölümü,
sonmezhaçer22@gmail.com
ORCID: 0009-0001-0432-8535

Özet

Bu çalışma, DeepSeek ve ChatGPT gibi üretken yapay zekâ uygulamalarının gastronomi turizminde dijital etkileşimini karşılaştırmalı olarak analiz etmeyi amaçlamıştır. Her iki yapay zekâ modeline yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılarak sorular yöneltilmiş ve elde edilen yanıtlar, mevcut literatür ışığında karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Araştırma, üretken yapay zekâ teknolojilerinin gastronomi turizminde kullanımının turistlere kişiselleştirilmiş, gerçek zamanlı ve etkileşimli bilgi yönlendirme hizmeti sunarak seyahat deneyimini nasıl zenginleştirebileceğine dair öngörüler sunarak literatüre katkı sağlamaktadır. Araştırma sonuçları her iki üretken yapay zekanın genel olarak kişiselleştirilmiş seyahat planlaması ve anlık destek sunma konusunda benzer sonuçlar verse de dil akıcılığı detaylı ve doğru bilgi sunma konusunda farklılaşabildiğini ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, üretken yapay zeka, DeepSeek AI, ChatGPT.

Could Generative Artificial Intelligence Become The New Guide For Gastronomy Tourists?

Abstract

This study aimed to comparatively analyze the digital interaction of generative AI applications such as DeepSeek and ChatGPT in gastronomy tourism. Questions were posed to both AI models using structured interviews, and the resulting responses were evaluated comparatively in light of existing literature. The study contributes to the literature by offering insights into how the use of generative AI technologies in gastronomy tourism can enrich the travel experience by providing personalized, real-time, and interactive information guidance to tourists. The research results revealed that while both generative AIs generally yield similar results in personalized travel planning and instant support, they differ in their ability to provide detailed and accurate language fluency and information

Keywords: Gastronomy tourism, generative artificial intelligence, DeepSeek AI, ChatGPT.

Vegan Yiyecek İçecek İşletmelerinde Atık Yönetimi Uygulamaları ve Çevresel Sürdürülebilirlik Boyutu

Arş. Gör. Ayşe Duygu ÇETİNKAYA

Yaşar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
duygu.cetinkaya@yasar.edu.tr
ORCID: 0009-0009-9177-9462

Doç. Dr. Turgay BUCAK

Dokuz Eylül Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
turgay.bucak@deu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-4901-2673

Özet

Veganlık yalnızca bir beslenme biçimi değil, aynı zamanda etik ve ekolojik kaygılarla şekillenen bütüncül bir yaşam tarzıdır. Bu yaşam tarzı, doğal kaynakların daha verimli kullanılması ve çevresel etkilerin azaltılması yönünde önemli katkılar sunmaktadır. Bu bağlamda vegan yiyecek içecek işletmeleri, yalnızca menülerinde hayvansal ürünlere yer vermemekle kalmayıp; atık yönetimi, enerji tasarrufu, sürdürülebilir tedarik ve ambalaj kullanımı gibi uygulamalarla da çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine katkı sunmaktadır. Bu çalışmanın amacı, İzmir'de faaliyet gösteren vegan yiyecek içecek işletmelerinin atık yönetimi uygulamaları özelinde çevresel sürdürülebilirliğe katkılarını incelemektir. Nitel araştırma yöntemiyle yürütülen çalışmada, yüz yüze görüşmeler sonucunda elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Çalışma bulguları, işletmelerin büyük bir çoğunluğunun atıklarını kaynağında ayrıştırmaya çalıştığını, organik atıkları kompost yöntemiyle değerlendirme çabasında olduğunu ve geri dönüş-türülebilir malzeme kullanımına önem verdiğini ortaya koymuştur. Bununla birlikte, atıkların bertaraf edilmesinde yaşanan altyapı yetersizlikleri, yerel yönetimlerin hizmetlerindeki eksiklikler ve ekonomik kısıtlar gibi nedenlerle bu uygulamaların tüm işletmelerde yeterli düzeyde gerçekleştirilemediği tespit edilmiştir. Çalışma, vegan işletmelerin atık yönetimi uygulamaları aracılığıyla çevresel sürdürülebilirliğe olumlu katkılar sunduğunu ve bu alandaki potansiyelin desteklenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Vegan ürün, yiyecek içecek işletmesi, atık yönetimi, çevresel sürdürülebilirlik.

Waste Management Practices and Environmental Sustainability in Vegan Food and Beverage Businesses

Abstract

Veganism is not merely a dietary preference but a holistic lifestyle shaped by ethical and ecological concerns. This way of life contributes significantly to the efficient use of natural resources and the reduction of environmental impacts. In this context, vegan food and beverage businesses not only exclude animal-based products from their menus but also contribute to environmental sustainability through practices such as waste management, energy conservation, sustainable sourcing, and environmentally friendly packaging. The aim of this study is to

examine the contributions of vegan food and beverage businesses operating in İzmir to environmental sustainability, with a particular focus on their waste management practices. This qualitative research was conducted through face-to-face interviews, and the data obtained were analyzed using content analysis. The findings indicate that the majority of businesses make efforts to separate their waste at the source, utilize composting methods for organic waste, and prioritize the use of recyclable materials. Additionally, some businesses have developed various strategies to prevent food waste. However, the study also revealed that due to infrastructural deficiencies, shortcomings in local government services, and economic constraints, these practices are not implemented at the same level in all businesses. The study concludes that vegan businesses make meaningful contributions to environmental sustainability through their waste management practices and highlights the need to support the potential in this area.

Keywords: Vegan products, food and beverage business, waste management, environmental sustainability.

Osmanlı Saray Mutfağında Şenlik Hazırlığı: 1720 Yılı İaşe Kayıtları ve Ziyafet Sofraları

Arş. Gör. Ayşenur ERTEN MARAZ

Beykoz Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
aysenurerten@beykoz.edu.tr
ORCID: 0009-0004-4668-330X

Arş. Gör. Düşehan ŞAHİNGÖZ

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
dusehan.sahingoz @ogu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-4198-3141

Doç. Dr. Nihan AKDEMİR

Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
nihan.akdemir@kocaeli.edu.tr
ORCID: 0000-0002-1232-6636

Özet

1720 yılında Sultan III. Ahmed'in dört şehzadesi için düzenlenen sünnet düğünü, Osmanlı saray tarihinde iaşe organizasyonu ve temsiliyet boyutu açısından en ayrıntılı belgelenmiş merasimlerden biridir. On beş gün süren bu şenlik boyunca yalnızca şehzadeler değil, beş bin fakir çocuk da sünnet edilmiştir. Tören, sadece saray mensuplarını değil, halkı ve yabancı elçileri de kapsayan çok katmanlı bir temsil organizasyonu hâline gelmiştir (Vehbi, 1939; Faroqhi, 2000; Gedük, 2013). Bu çalışma, şenliğe ait masraf ve iaşe defterleri ile Sûrnâme-i Vehbî'de yer alan minyatürlerin ikinci el kaynaklardaki değerlendirmelerinden yola çıkarak Osmanlı saray mutfaklarının lojistik kapasitesini, hiyerarşik yapı içindeki işlevini ve estetik temsiliyetini incelemektedir. Nitel araştırma desenine göre tasarlanan bu çalışmada tarihsel doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Doğrudan arşiv belgelerine ulaşılmamış, Zeliha Buket Kalaycı'nın "Osmanlı Sarayında İaşe ve Tüketim (1680–1730)" başlıklı doktora tezinde yer verilen Maliyeden Müdevver defterleri (BOA, MAD.d, No.1284) ve diğer sayısal verilerden yararlanılmıştır (Kalaycı, 2023). Görsel belgeler ise Sunah Choi'nin "Sûrnâme-i Vehbî'deki Kap Tasvirleri" başlıklı yüksek lisans tezinde değerlendirilen ikonografik analizlere dayanmaktadır (Choi, 2008). Yazılı içerikler betimsel analiz yöntemiyle ele alınmıştır. Araştırmanın temel bulguları arasında, şenlik boyunca yalnızca fudula unu tüketiminin 177 ton, etin 23 ton olması dikkat çekmektedir (Kalaycı, 2023). Sadece sultan ve devlet erkânına sunulan menülerde 19 çeşit yemek bulunurken, alt sosyal gruplara sunulan menü sayısı 3'e kadar düşmektedir (Sakaoğlu, 2011). Ziyafet sofralarında zerde, pilav, şöğüş gibi ortak yemeklerin yanı sıra ördek, güvercin, kaz gibi lüks sayılan ürünler de yer almıştır. Vehbi (1939), bu şenlikte 8000 kaz, 3000 tavuk, 2000 hindi ve 1000 ördek kesildiğini belirtmektedir. Sonuç olarak, 1720 şenliği Osmanlı saray mutfaklarının sadece gıda temini yapan bir birim değil, aynı zamanda imparatorluk ideolojisinin ve sosyal hiyerarşinin sahnelendiği bir iktidar mecrası olduğunu ortaya koymaktadır. Bu yönüyle Osmanlı şenlik mutfakları hem maddi hem sembolik düzeyde incelenmeyi hak eden zengin bir tarihsel kaynaktır.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı sarayı, Sûrnâme-i Vehbî, saray mutfakları, şenlik kültürü.

Festival Preparations in the Ottoman Palace Kitchen: The Year 1720 Food Records and Banquet Tables

Abstract

The circumcision festival organized in 1720 for the four sons of Sultan Ahmed III is one of the most extensively documented ceremonies in Ottoman court history in terms of provisioning organization and representational dimensions. During this fifteen-day celebration, not only were the princes circumcised, but also five thousand impoverished children. The ceremony evolved into a multi-layered spectacle of representation, encompassing not only members of the court but also the general public and foreign ambassadors (Vehbi, 1939; Faroqhi, 2000; Gedük, 2013). This study examines the logistical capacity, functional role within the hierarchical structure, and aesthetic representation of the Ottoman palace kitchen, based on evaluations found in secondary sources regarding the expense and provisioning registers of the festival, as well as the miniatures included in the *Sûrnâme-i Vehbî*. Designed within a qualitative research framework, the study employs the method of historical document analysis. The primary archival sources were not directly consulted; instead, the research draws upon quantitative data presented in Zeliha Buket Kalaycı's doctoral dissertation titled *Food Supply and Consumption in the Ottoman Palace (1680–1730)* (BOA, MAD.d, No.1284) (Kalaycı, 2023). Visual materials are analyzed through iconographic interpretations found in Sunah Choi's master's thesis *Vessel Depictions in the Sûrnâme-i Vehbî* (Choi, 2008). Written content is addressed through descriptive analysis. Among the study's key findings is the remarkable consumption volume during the festival, including 177 tons of fodula flour and 23 tons of meat (Kalaycı, 2023). While the menus served to the sultan and high-ranking officials featured 19 dishes, those offered to lower social groups were reduced to as few as three (Sakaoğlu, 2011). In addition to common dishes such as zerde (saffron rice pudding), pilaf, and cold cuts, luxurious items like duck, pigeon, and goose were also served. Vehbi (1939) reports that 8,000 geese, 3,000 chickens, 2,000 turkeys, and 1,000 ducks were slaughtered for the occasion. In conclusion, the 1720 festival reveals that the Ottoman palace kitchen functioned not merely as a unit of food supply but as a stage for the performance of imperial ideology and social hierarchy. In this regard, the festive kitchen of the Ottoman court stands out as a rich historical source worthy of examination on both material and symbolic levels.

Keywords: Ottoman palace, Sûrnâme-i Vehbî, palace cuisine, festival culture.

Kaynakça

- Atıl, E. (2000). *Levni and the Surname: The story of an eighteenth-century Ottoman festival*. University of Washington Press.
- Choi, S. (2008). *Sûrnâme-i Vehbî'deki kap tasvirleri* (Yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Faroqhi, S. (2000). *Osmanlı lonca alayları ve Sûrnâme temsilleri*. S. Faroqhi, *Padişahın kulları: Osmanlı İmparatorluğu'nda gündelik hayat ve kültür içinde* (s. 95–120). I.B. Tauris.
- Kalaycı, Z. B. (2023). *Osmanlı sarayında iâşe ve tüketim (1680–1730)* (Doktora tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. BOA, MAD.d, No. 1284.
- Sakaoğlu, N. (2011). *Bu mülkün kadın sultanları: Vâlîde sultanlar, hârunlar, hasekiler, kadınefendiler, sultanefendiler*. Oğlak Yayıncılık.
- Vehbî. (1720). *Sûrnâme-i Vehbî* (Levnî, minyatürler; Topkapı Sarayı Müzesi, Hazine 3593).

“Uluslararası Gastronomi Turizmi Çalışmaları Kongresi” 2021-2024 Bildirilerinin Nicel Analizi

Dr. Öğr. Üyesi Feray YENTÜR

İzmir Ekonomi Üniversitesi, Uygulamalı Yönetim Bilimleri Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak
Sanatları Bölümü
feray.yentur@ieu.edu.tr
ORCID: 0000-0003-1313-1600

Özet

Bu araştırma 2021 ve 2024 yılları arasında gerçekleşen "Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi"ni sistematik olarak incelemektedir. Bu amaç doğrultusunda ilgili yıllara ait bildiri kitapları istatistiksel olarak değerlendirilmiştir. Bu dört kongrenin bildiri kitapları yazar sayısı, temsil edilen kurum ve ülke bilgisi ile araştırmaya konu olan temalar bakımından değerlendirilmiştir. Bildiri kitaplarından elde edilen verilerin frekans analizleri yapılmış, yıllara göre karşılaştırması gerçekleştirilmiştir. Kongre katılımının 2024 yılında 2021 yılına göre beş kat arttığı görülse de, uluslararası katılım yeterli düzeyde gerçekleşmemiştir. Çalışmalar tematik olarak incelendiğinde en yoğun çalışılan konunun sektör yönetimi ve gelişimi alanında olduğu; katılım sağlanan kurum bazında Balıkesir Üniversitesi'nin ilk sırada yer aldığı ve uluslararası katılımın en çok Endonezya'dan gerçekleştiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, gastronomi turizmi, kongre, sistematik inceleme.

A Quantitative Analysis of the 2021-2024 Proceedings of “International Gastronomy Tourism Studies Congress”

Abstract

This research systematically examines the "International Gastronomy Tourism Studies Congress" held between 2021 and 2024. For this purpose, the proceedings of the relevant years have been statistically evaluated. The proceedings of these four congresses were evaluated in terms of the number of authors, represented institutions and countries, and the themes addressed in the research. Frequency analyses of the data obtained from the proceedings books were conducted, and a comparison by year was made. Although it was observed that congress participation increased fivefold in 2024 compared to 2021, international participation did not reach a sufficient level. When the studies were examined thematically, it was observed that the most intensely studied topic was industry management & development; Balıkesir University ranked first among the institutions participating, and the highest international participation came from Indonesia.

Keywords: Gastronomy, gastronomy tourism, congress, systematic review.

Gastronomide Sanal Gerçeklik ve Artırılmış Gerçeklik Teknolojilerinin Müşteri Deneyimi ve Servis Aşamasında Kullanımı

Uzman Diyetisyen Melis AKHALİL

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik A.B.D.
d24126680015@ogr.ikc.edu.tr
ORCID: 0000-0002-0146-6609

Doç. Dr. Dilek ONGAN

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Toplu Beslenme Sistemleri Anabilim Dalı,
Sağlık Bilimleri Fakültesi,
Beslenme ve Diyetetik Bölümü
dilek.ongan@ikc.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8948-9057

Özet

Gastronomi sektöründe müşteri deneyimini artırmak ve servis kalitesini iyileştirmek amacıyla simülasyon uygulamaları geliştirilmiştir. Sanal gerçeklik, bilgisayarda renkler, animasyonlar, grafikler ve ses efektleri ile oluşturulan yapay bir ortamın insan duyularıyla etkileşime girmesi ile kullanıcının sanal ortamın parçasıymış gibi hissettiği bir deneyim yaratması ilkesine dayanmaktadır. Artırılmış gerçeklik, gerçek dünya ortamından yararlanmakta ve kullanıcı deneyimini artırmak için üzerine sanal bilgiler yerleştirmektedir. Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik kavramları gastronomide müşteri deneyimi ve servis alanında birçok yeni uygulama getirmiştir. Bu derleme teknolojilerin potansiyelini göstererek farkındalık yaratmak, mevcut uygulamaları analiz etmek ve gelecek araştırmalar için öneri sunmak amacıyla yazılmıştır. Bunun için Pubmed, Ulusal Tez Merkezi, Science Direct, Google Scholar ve Scopus veri tabanlarından yararlanılmıştır. İnteraktif menüler, sanal mutfak turları, duysal yemek simülasyonları, servis personelinin yönlendirilmesi için geliştirilen artırılmış gerçeklik uygulamaları, sipariş alma ve müşteri şikayet yönetimi dahil olmak üzere çeşitli uygulamalar olduğu belirlenmiştir. Artırılmış gerçeklik uygulamaları sayesinde servis personeli, masa yerleşimi, tabak sunumu ya da menü önerileri konusunda yönlendirme alabilir. Ayrıca artırılmış gerçeklik uygulamaları, personelin servis sırasında karşılaşılabilecek stresli durumlara hazırlıklı olmasını sağlar. Bu teknolojiler personelin farklı müşteri profillerine göre davranış geliştirmesine yardımcı olabilir, empati kurma yeteneğinin artırılması ile kişiselleştirilmiş hizmet sunumuna katkı sağlayabilir. Simülasyon tabanlı eğitimler, farklı şubelerde aynı kalitede servis sunulmasını kolaylaştırabilir. Böylece zincir restoranlarda marka güvenilirliği artırılabilir. Sanal gerçeklik gözlükleri aracılığıyla kullanıcıyı üç boyutlu ortama yerleştiren bu sistemler servis süreçlerini birebir deneyimleme olanağı sunmaktadır. Birçoğu deneysel aşamada olmasına rağmen, bu uygulamaların amaçlarını ve kullanım alanlarını anlamak gelecekte nitelik ve niceliğinin iyileştirilmesine katkıda bulunabilir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, müşteri deneyimi, servis eğitimi, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik.

Use of Virtual Reality and Augmented Reality Technologies in Gastronomy in Customer Experience and Service Stage

Abstract

Simulation applications exist in the gastronomy sector to enhance customer experience and differentiate service. Virtual reality (VR) is based on the principle of transferring an entire artificial environment to human senses using computer-generated colors, animations, shapes, and sound manipulation, creating an experience that feels like the user is part of the virtual environment. Augmented reality (AR) utilizes the real world and overlays virtual information to enhance the user experience. Virtual reality and augmented reality concepts are finding new applications in the customer experience and service area of gastronomy. This comprehensive review is presented to analyze current applications and offer suggestions for future research by leveraging the potential of these technologies. Databases from Pubmed, National Thesis Center, Science Direct, Google Scholar, and Scopus were utilized for this purpose. Various applications were identified, including interactive menus, virtual kitchen tours, sensory meal simulations, AR applications for guiding service staff, order taking, and customer complaint management. AR applications can guide service staff regarding table layout, plate presentation, or menu suggestions. Furthermore, AR programs enable them to be prepared for stressful situations that may arise during service. These technologies can help improve behavior across different customer profiles and contribute to personalized service delivery by fostering empathy. Simulation-based training can facilitate consistent service quality across different stores, thus enhancing brand reliability within chains. These systems, positioned in a three-dimensional environment using VR headsets, present service processes as a personalized experience. Although these segments are progressing gradually, this could contribute to the potential for changing the quality and quantity of storage purposes and uses in the future.

Keywords: Gastronomy, customer experience, service training, virtual reality, augmented reality.

Öznel Normun Sağlıklı Yemek Yeme Niyeti Üzerindeki Etkisinde Davranışa Yönelik Tutumun Aracılık Rolü: Fast Food Restoranlarından Hizmet Alan Bireyler Üzerine Bir Araştırma

Dr. Öğr. Üyesi Dilek EFE

İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
dilek.efe@iste.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5957-7312

Doç. Dr. Gamze ERYILMAZ

İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
gamze.eryilmaz@iste.edu.tr
ORCID: 0000-0003-0588-8021

Arş. Gör. Damla DUMAN

İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
damla.mulazimoglu@iste.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6667-3214

Özet

Bu araştırmada, fast food restoranlarından hizmet alan bireylerin sağlıklı menü tercihlerine yönelik yeme niyetlerinde öznel normun etkisi ve bu etkide davranışa yönelik tutumun aracılık rolü incelenmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak anketten yararlanılmıştır. Ankette Öznel Norm Algısı, Sağlıklı Menü Öğelerini Yeme Niyeti ve Davranışa Yönelik Tutum ölçekleri kullanılmıştır. Veri toplama süreci 2025 Mart –Haziran ayları arasında gerçekleştirilmiştir. Veriler kolayda örnekleme tekniğı ile toplanmıştır. Çevrimiçi ortamda toplanan veriler, fast food restoranlarından hizmet alan bireylerden toplanmıştır. Verisi değerlendirmeye alınan 144 katılımcı bu araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Hipotezlerin test edilmesinde yapısal eşitlik modellemesinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre öznel normun, sağlıklı menü öğelerini yeme niyetini ve davranışa yönelik tutumu anlamlı pozitif olarak etkilediğı belirlenmiştir. Ayrıca davranışa yönelik tutumun sağlıklı menü öğelerini yeme niyeti üzerinde de anlamlı pozitif etkisinin olduğı belirlenmiştir. Aracılık etkisinin test edildiğı analiz sonuçlarına göre ise, öznel normun sağlıklı menü öğelerini yeme niyeti üzerindeki etkisinde davranışa yönelik tutumun tam aracılık etkisinin olduğı belirlenmiştir. Bu sonuca göre, bireylerin sosyal çevrelerinden gelen normatif yönlendirmeleri içselleştirdiklerinde, bu yönlendirmelerin doğrudan değıl, bireyin bilişsel değerlendirme sürecine (tutum) dâhil olarak etkili olduğı söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Öznel norm, sağlıklı yemek yeme niyeti, davranış, tutum, fast food.

The Mediating Role of Attitude Towards Behavior in the Effect of Subjective Norm on Healthy Eating Intention: A Study on Individuals Receiving Service from Fast Food Restaurants

Abstract

This study examined the effect of subjective norms on the intention to eat healthy menu items among individuals who patronize fast food restaurants, as well as the mediating role of behavioral attitudes in this effect. A questionnaire was used as the data collection tool in this study. The questionnaire included scales measuring Perceived Norm, Intention to Eat Healthy Menu Items, and Attitude Toward Behavior. The data collection process was conducted between March and June 2025. Data were collected using convenience sampling. The data collected online were obtained from individuals who frequented fast food restaurants. The sample consisted of 144 participants whose data were evaluated. Structural equation modeling was used to test the hypotheses. According to the analysis results, subjective norms were found to have a significant positive effect on the intention to eat healthy menu items and behavioral attitudes. In addition, it was determined that the attitude toward behavior also has a significant positive effect on the intention to eat healthy menu items. According to the analysis results, which tested the mediating effect, it was determined that the attitude toward behavior has a full mediating effect on the effect of subjective norms on the intention to eat healthy menu items. Based on this result, it can be said that when individuals internalize normative directives from their social environment, these directives are effective not directly, but by being incorporated into the individual's cognitive evaluation process (attitude).

Keywords: Subjective norm, intention to eat healthily, behavior, attitude, fast food.

Geleneksel Türk Yemeklerinden Modern Restoranlara: Türk Mutfak Kùltürünün Dönüşümü ve Korunması

Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakùltesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
irfan.yazicioglu@hbv.edu.tr
ORCID: 0000-0002-8575-0817

Dr. Öğr. Üyesi Cihan CANBOLAT

Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, Turizm Fakùltesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
cihan.canbolat@istiklal.edu.tr
ORCID: 0000-0002-1705-7025

Doç. Dr. Mehmet POLAT

Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği
mehmetpolat@ksu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-7153-9738

Özet

Türk mutfacı, köklü tarihi, zengin coğrafi yapısı ve güçlü gelenekleriyle dünya mutfakları arasında önemli bir yere sahiptir. Bu kùltür, yalnızca Türk toplumuna değil, insanlığın ortak mirasına da katkı sunmaktadır. Ancak modernleşme süreçleriyle birlikte toplumsal değerler, yaşam alışkanlıkları ve aile yapılarında yaşanan değişimler, geleneksel mutfak kùltürünün dönüşümüne neden olmuştur. Aile yapısında yemeğin merkezi rolü zayıflamış, dışarıda yeme alışkanlıkları artmış, sofrada adabından pişirme tekniklerine kadar birçok unsur değişmiştir. Kadınlar, tarih boyunca mutfak kùltürünün taşıyıcısı olmuş, özellikle anneler geleneksel yemeklerin kuşaktan kuşağa aktarılmasında belirleyici rol üstlenmiştir. Aynı zamanda, mutfaklar kùltürel etkileşimlerin somutlaştığı alanlardır. Türk mutfacı da farklı kùltürlerle etkileşime girerek yeni biçimler kazanmış, lahmacun, mantı ve erişte gibi yemekler bu etkileşimlerin ürünleri olarak yeniden yorumlanmıştır. Son dönemde sosyal medya, yemek kùltürünü dönüştüren önemli bir faktör haline gelmiştir. Bu çalışmanın amacı geleneksel Türk yemeklerinden günümüz dışarıda yeme kùltürüne geçiş sürecinin kronolojik olarak ortaya konmasıdır. Görsel paylaşımlar ve dijital deneyim anlatımları, yemeği sadece bir beslenme aracı olmaktan çıkarıp sosyal bir fenomen haline getirmiştir. Bu çalışma, derleme yöntemiyle literatürde yer alan görüşleri sistematik biçimde değerlendirerek Türk mutfacının geçirdiği değişimi kùltürel, toplumsal ve teknolojik açılardan ele almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, aile, türk mutfacı, dışarıda yeme.

From Traditional Turkish Food to Modern Restaurants: The Transformation and Preservation of Turkish Culinary Culture

Abstract

Turkish cuisine holds a significant place among the world's culinary traditions with its deep-rooted history, rich geographical diversity, and strong cultural heritage. This culinary legacy has contributed not only to Turkish society but also to the shared heritage of humanity. However, the processes of modernization have led to significant transformations in social values, everyday practices, and family structures, which in turn have reshaped traditional food culture. The central role of food in family life has weakened, dining out has become more common, and changes have been observed in table manners, preparation techniques, and food consumption habits. Historically, women have played a vital role in preserving and transmitting culinary traditions, with mothers in particular ensuring the intergenerational continuity of Turkish cuisine. Kitchens have also served as spaces of cultural exchange, where interactions with other food cultures have resulted in unique reinterpretations. Dishes like lahmacun, mantı, and erişte exemplify how traditional Turkish foods have been influenced by and adapted to global culinary trends. In recent years, social media has emerged as a powerful force in transforming eating habits. The sharing of food-related images and experiences online has turned food into a social phenomenon, extending beyond its basic nutritional function. The aim of this study is to present the chronological process of transition from traditional Turkish cuisine to today's eating out style. This review article systematically evaluates existing literature to analyze the transformation of Turkish cuisine through cultural, social, and technological lenses, aiming to provide a comprehensive understanding of its evolving identity in the modern era.

Keywords: Gastronomy, family, turkish cuisine, eating-out.

Kadim Tahıldan Artizan Ekmeğe: Mengen’de Yetiştirilen Atalık Tohum İza Buğdayı ile Ekşi Mayalı Ekmeğin Eldesi

Öğr.Gör. Berker ÇİFTÇİ

Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Mengen Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri
Bölümü
berkerciftci@ibu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7437-1187

Dr.Öğr.Üyesi İhsan KAZKONDU

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Devrek Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri
Bölümü
ihsan.kazkondurbeun.edu.tr
ORCID: 0000-0002-5581-5835

Özet

Kadim tahıllar, modern tarım sistemlerine ve standartlaşmış beslenme alışkanlıklarına değerli alternatifler sunarak günümüzde yeniden büyük bir önem kazanmaktadır. İza buğdayı gibi kadim tahıllara artan ilgiye rağmen, bu değerli hammaddenin %100 oranında kullanıldığı standart bir ekmek üretim prosesinin bulunmaması, bu alandaki teknolojik ve uygulamalı araştırmaları kritik derecede önemli kılmaktadır. Bu çalışmada yerel bir genetik kaynak olan kadim İza buğdayı kullanılarak artizan ekmek üretim olanakları araştırılmıştır. Çalışmanın temel amacı, Mengen’de yetiştirilen İza buğdayından elde edilen un ile ekşi maya tekniği kullanarak teknolojik olarak tutarlı bir ekmek üretim prosesi geliştirmek ve elde edilen nihai ürünün temel fiziksel özelliklerini tanımlamaktır. Bu kapsamda İza ununun zayıf gluten yapısı göz önünde bulundurularak farklı yoğurma, fermentasyon ve pişirme denemeleri yapılmış; proses parametreleri optimize edilmiştir. Üretilen ekmekler üzerinde; ekmek hacmi, özgül hacim, pişirme kaybı, kabuk ve ekmek içi renk değerleri ile gözenek yapısının görsel incelenmesi gibi fiziksel analizler gerçekleştirilmiştir. Denemeler sonucunda İza ekmeğinin kendine has işleme özellikleri sergilediği ve modern buğday ekmeklerine kıyasla daha düşük bir özgül hacme, daha sıkı ve nemli bir iç dokuya sahip olduğu belirlenmiştir. İza buğdayının yapısındaki karotenoidlere bağlı olarak ekmek içinin belirgin bir sarı renkte, kabuğun ise pişirme koşullarına göre koyu renkte olduğu saptanmıştır. Bu çalışma Mengen’de yetiştirilen İza buğdayından artizan ekmek üretiminin teknolojik olarak mümkün olduğunu ortaya koymakta ve bu özel tahılla yapılacak üretimler için temel bir referans oluşturacak olan ürünün karakteristik fiziksel özelliklerini belgelemektedir.

Anahtar Kelimeler: Mengen, atalık tohum, iza buğdayı, ekşi maya, artizan ekmek.

From Ancient Grain to Artisan Bread: Making Sourdough Bread with the Heirloom Seed Iza Wheat Grown in Mengen

Abstract

Ancient grains are regaining great importance today by offering valuable alternatives to modern agricultural systems and standardized dietary habits. Despite the growing interest in ancient grains like Iza wheat, the absence of a standardized production process for its 100% utilization in bread making renders technological and applied research in this field critically important. This study investigated the potential for producing artisan bread using the ancient grain Iza, a local genetic resource. The primary objective was to develop a technologically consistent production process using the sourdough technique with Iza flour grown in Mengen (Bolu), and to characterize the fundamental physical properties of the final product. Within this scope, considering the weak gluten structure of Iza flour, various kneading, fermentation, and baking trials were conducted, and the process parameters were optimized. Physical analyses were performed on the resulting breads, including bread volume, specific volume, baking loss, crust and crumb color values, and visual inspection of the crumb structure. The trials revealed that Iza bread exhibited unique processing characteristics and, compared to modern wheat breads, possessed a lower specific volume with a denser and moister crumb structure. It was observed that the crumb had a distinct yellow color, attributable to the carotenoids inherent to Iza wheat, while the crust was dark, depending on the baking conditions. This study demonstrates that the production of artisan bread from Iza wheat grown in Mengen is technologically feasible. Furthermore, it documents the characteristic physical properties of the product, providing a fundamental reference for future production utilizing this special grain.

Keywords: Mengen, heirloom seed, iza wheat, sourdough, artisan bread.

Yurt Dışında Faaliyet Gösteren Türk Restoranlarının Menü Yerelleştirme Stratejileri: Kültürel Temsil, Ulus Markalama ve Gastrodiplomasi Bağlamında Bir İnceleme

Öğr. Gör. Esra BOZTEPE

Ardahan Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü
boztepeesra@gmail.com
ORCID: 0000-0003-3934-3847

Prof. Dr. Serkan şENGÜL

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
serkansengul@subu.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4615-1982

Özet

Bu alışma, yurt dışında faaliyet gösteren Türk menşeli restoran zincirlerinin menü yerelleştirme stratejilerini; kültürel temsil, ulus markalama ve gastrodiplomasi bağlamında incelemeyi amaçlamaktadır. Günümüzde menüler yalnızca ticari değil; aynı zamanda kültürel kimliğin aktarımı ve ulus imajının inşasında önemli bir iletişim aracı olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsamda, yurt dışında faaliyet gösteren Simit Sarayı, Mado, Nusr-Et, BigChefs, Bursa Kebap Evi ve Gagawa restoran zincirleri araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Araştırma, nitel yöntemle yapılandırılmış olup, söz konusu markaların farklı ölkelerdeki şubelerine ait menüler içerik analizi yöntemiyle değerlendirilecektir. Menü içerikleri; ürün adları, ürün açıklaması, kültürel simgeler, coğrafi işaret vurguları ve yerel tat uyarlamaları gibi temalar çerçevesinde analiz edilecektir. Veriler; markaların resmî web siteleri, sosyal medya içerikleri ve dijital menü platformları aracılığıyla toplanacaktır. Ayrıca ürün adlarının geleneksel ya da evrensel oluşu, açıklamalarda kullanılan anlatım dili ve kültürel sembollerin kullanımı da analiz kapsamında kodlanacaktır. Çalışmanın amacı, Türk mutfağının yurt dışındaki temsiline yönelik stratejik tercihlere ışık tutmak ve menü yerelleştirme süreçlerinin kültürel kimlik aktarımındaki rolünü ortaya koymaktır. Elde edilecek bulguların Türkiye'nin ulus markalama ve gastrodiplomasi politikalarıyla ilişkilendirilerek, bu alandaki kurumsal ve sektörel stratejilere katkı sağlayacak öneriler sunulması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: : Menü yerelleştirme, kültürel temsil, ulus markalama, gastrodiplomasi, glokalisierung

Menu Localization Strategies of Turkish Restaurants Operating Abroad: A Study in the Context of Cultural Representation, Nation Branding and GastrodiploMACy

Abstract

This study examines the menu localization strategies of Turkish restaurant chains operating abroad within the contexts of cultural representation, nation branding, and gastrodiploMACy. Today, menus are considered an important communication tool for transmitting cultural identity and constructing national images, in addition to being commercial. Within this scope, Simit Sarayı, Mado, Nusr-Et, BigChefs, Bursa Kebap Evi, and Gagawa, as restaurant chains with branches abroad, constitute the sample of the study. Using qualitative methods, the research will evaluate the menus of the aforementioned brands' branches in different countries via content analysis. The contents of the menus will be analyzed in terms of themes such as product names, product descriptions, cultural symbols, geographical indications, and local flavor adaptations. Data will be collected from the brands' official websites, social media, and digital menu platforms. Additionally, the analysis will code the traditional or universal nature of product names, the language used in descriptions, and the use of cultural symbols. This study aims to shed light on the strategic choices involved in representing Turkish cuisine abroad and reveal the role of menu localization processes in transmitting cultural identity. The findings are expected to be linked to Turkey's nation branding and gastrodiploMACy policies, contributing to institutional and sectoral strategies in this field.

Keywords: Menu localization, cultural representation, nation branding, gastrodiploMACy, globalization.

Yenilebilir ieklerin Men Planlamasındaki Rolnn Sürdürülebilirlik Açısından Değerlendirilmesi

Lisansüstü ğrenci, Aras Can TETİK

Dokuz Eyll Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
tetik.arascan@ogr.deu.edu.tr
ORCID: 0009-0006-7264-5168

Doç. Dr. Pınar IşILDAR

Dokuz Eyll Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
pinar.isildar@deu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7667-9951

zet

Sürdürülebilirlik, günümüz gastronomi uygulamalarında giderek daha fazla önem kazanan bir kavram hâline gelmiştir. Bu bağlamda, çevreye duyarlı, ekonomik ve yerel kaynakları gözetken menü planlamaları ön plana çıkmaktadır. Literatürde, yenilebilir çiçeklerin menü planlamasında yalnızca görsel ve duyuşsal katkı sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda sürdürülebilirlik ilkeleriyle de örtüştüğü vurgulanmaktadır. Bu çalışmada, yenilebilir çiçeklerin gastronomideki yeri incelenmekte ve sürdürülebilirlik perspektifinden menü planlamasındaki potansiyel rolleri literatür doğrultusunda değerlendirilmektedir. Bu açıdan yenilebilir çiçeklerin menü planlamasında sürdürülebilirliğin incelenmesi, yenilebilir çiçeklerin korunması ve devamlılığı açısından önemli bir husus olarak ele alınmalıdır. Bu kapsamda, çalışma yenilebilir çiçeklerin menü planlamasında ki rolünü sürdürülebilirlik açısından incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma nitel araştırma yöntemi ile tasarlanmış, araştırmanın evreni İzmir ilinde faaliyet gösteren 5 yıldışlı şehir otellerinin restoranları oluşturmaktadır. Evrenin tamamına ulaşılması hedeflenmektedir. Görüşmeler alanında uzman, menü planlamasına hakim veya menü planlaması yapan konuda uzman şeflerle gerçekleştirilecektir. Araştırmada veriler yarı yapılandırılmış soru formu ile yüz yüze derinlemesine görüşme tekniği ve katılımcı gözlem tekniği ile elde edilecektir. Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile analiz edilecektir. Veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından geliştirilen 35 sorudan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılacaktır. Sorular literatür taraması ve uzman görüşü doğrultusunda hazırlanmış, yararlanılan kaynaklar soru formunun altında belirtilmiştir. Görüşmeler yüz yüze ses kaydı alınarak gerçekleştirilecek, katılımcı gözlemede araştırmacı notları tutulacaktır. alışma, yenilebilir ieklerin men planlamasındaki srdrlebilirliğini inceleyerek, alana ve uygulayıcılara katkı sağlamasını hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Men planlama, sürdürülebilir men planlama, sürdürülebilir restoranlar, yenilebilir iekler.

Evaluating the Role of Edible Flowers in Menu Planning from a Sustainability Perspective

Abstract

Sustainability has increasingly become an important concept in contemporary gastronomy practices. In this regard, environmentally conscious, economical, and locally sourced menu planning approaches have gained prominence. The literature highlights that edible flowers provide not only visual and sensory contributions to menu design but also align with the principles of sustainability. This study examines the role of edible flowers in gastronomy and evaluates their potential roles in menu planning from a sustainability perspective based on the literature. From this standpoint, investigating sustainability in menu planning through edible flowers should be considered a significant issue for the preservation and continuity of edible flowers. Accordingly, the purpose of this study is to examine the role of edible flowers in menu planning in terms of sustainability. The research was designed using a qualitative methodology, with the population consisting of restaurants in five-star city hotels operating in İzmir. The study aims to reach the entire population. Interviews will be conducted with expert chefs who are specialized in or familiar with menu planning. Data will be collected through semi-structured face-to-face in-depth interviews and participant observation techniques. The collected data will be analyzed using descriptive analysis methods. A semi-structured interview form consisting of 35 questions, developed by the researcher, will be used as the data collection instrument. The questions were prepared based on a literature review and expert opinions, with the sources indicated below the questionnaire. The interviews will be audio-recorded face-to-face, and researcher notes will be taken during participant observations. This study aims to contribute to the field and practitioners by investigating the sustainability of edible flowers in menu planning.

Keywords: Menu planning, sustainable menu planning, sustainable restaurants, edible flowers.

Yaratıcılığın Sistemler Modeli Bağlamında Geleneksel Türk Tatlılarının Modern Yorumları Üzerine Bir İnceleme

Lisansüstü Öğrenci, Esra YÜKSEL

Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
esrayuksel958@anadolu.edu.tr
ORCID: 0009-0001-6376-218X

Doç. Dr. Sema EKİNCEK

Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
semaekincek@anadolu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9186-9323

Özet

Gastronomi disipliniinde yaratıcı üretim sadece yeni tatların oluşturulması değil, aynı zamanda kültürel geleneklerin günümüz estetik anlayışlarıyla yeniden yorumlanması anlamına da gelmektedir. Bu bağlamda geleneksel Türk tatlılarının modern gastronomide nasıl temsil edildiği, kültürel yaratıcılık açısından dikkat çeken bir araştırma alanı sunmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye'deki Michelin Yıldızlı restoranlarda geleneksel Türk tatlılarının modern gastronomi teknikleriyle nasıl yeniden yorumlandığını ortaya koymak ve bu süreci Mihaly Csikszentmihalyi'nin Yaratıcılığın Sistemler Modeli içerisinde yer alan Domain (Kültür) boyutu çerçevesinde değerlendirmektir. Araştırma, nitel araştırma yöntemi temelinde, belgesel tarama (doküman analizi) deseni ile yürütülmüştür. Veri kaynağı olarak Türkiye'deki 14 Michelin Yıldızlı restoranın güncel menüleri ve Instagram gönderileri kullanılmıştır. Toplanan veriler, betimsel içerik analizi tekniğiyle çözümlenmiştir. Elde edilen bulgular, yalnızca yedi restoranın geleneksel Türk tatlılarına çağdaş yorumlar getirdiğini göstermektedir. En sık yeniden yorumlanan tatlı "baklava" olup, dört farklı restoranda çeşitli tekniklerle yeniden sunulmuştur. Bunu Araka ve Nicole restoranları tarafından yorumlanan "pepeçura" tatlısı ve TURK Fatih Tutak restoranı tarafından yorumlanan "kadayıf" tatlıları takip etmektedir. En dikkat çekici örneği ise OD Urla restoranının neredeyse unutulmuş yöresel bir tat olan "mesir macunu"nun yaratıcı bir biçimde sunulmasıdır. Bu bulgular, Csikszentmihalyi'nin Domain (Kültür) boyutunda ele alındığında, yaratıcı katkının sadece bireysel yeteneklerle sınırlı kalmadığını, aynı zamanda kültürün sunmuş olduğu zengin malzeme, tarif ve anlam sistemleriyle sıkı bir etkileşim içinde olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Ancak, özellikle baklavanın tekrar tekrar yorumlanması, kültürel alandaki yaratıcı çeşitliliği sınırlandırarak diğer geleneksel ve yöresel tatlıların modern alanına sınırlı biçimde yansıdığına işaret etmektedir. Sonuç olarak, geleneksel Türk tatlılarının çağdaş yorumlarında sürdürülebilir bir yaratıcı yenilikçiğin desteklenebilmesi için kültürel alanın daha geniş, bir biçimde değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Türk tatlılarının bölgesel çeşitliliğiyle birlikte değerlendirilmesi, hem yaratıcı yenilikçiliği destekleyecek hem de bu tatların uluslararası mutfaklarda daha görünür olmasını sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Türk tatlıları, yaratıcılık, sistemler modeli, Michelin yıldızlı restoranlar, doküman analizi.

A Study On Modern Interpretations Of Traditional Turkish Desserts Within The Context Of The Systems Model Of Creativity

Abstract

In the discipline of gastronomy, creative production encompasses not only the creation of new flavors but also the reinterpretation of cultural traditions through contemporary aesthetic understandings. In this context, how traditional Turkish desserts are represented in modern gastronomy presents a compelling area of research regarding cultural creativity. The primary aim of this study is to reveal how traditional Turkish desserts are reinterpreted using modern gastronomic techniques in Michelin-starred restaurants in Turkey, and to evaluate this process within the framework of the Domain (Culture/Field) dimension of Mihaly Csikszentmihalyi's Systems Model of Creativity. The research was conducted using a qualitative research methodology, specifically a document analysis design. The current menus and Instagram posts of 14 Michelin-starred restaurants in Turkey were utilized as data sources. The collected data were analyzed using descriptive content analysis. The findings indicate that only seven restaurants offer contemporary interpretations of traditional Turkish desserts. Baklava is the most frequently reinterpreted dessert, having been presented with various techniques in four different restaurants. This is followed by "pepe-ura," interpreted by Araka and Nicole restaurants, and "kadayıf," interpreted by TURK Fatih Tutak restaurant. The most striking example is OD Urla restaurant's creative presentation of "mesir macunu," a nearly forgotten regional taste. These findings, when examined within Csikszentmihalyi's Domain (Culture/Field) dimension, clearly demonstrate that creative contribution is not merely limited to individual talent, but is also in close interaction with the rich systems of materials, recipes, and meanings offered by the culture. However, the repeated reinterpretation of baklava, in particular, appears to limit creative diversity, suggesting that other traditional and regional desserts are reflected in a limited manner within the modern gastronomic landscape. Consequently, it is emphasized that for sustainable creative innovation in contemporary interpretations of traditional Turkish desserts, the cultural domain needs to be evaluated in a broader, more polyphonic, and inclusive manner. Evaluating Turkish desserts alongside their regional diversity will both support creative innovation and enhance the visibility of these desserts in international cuisines.

Keywords: Turkish desserts, creativity, systems model, Michelin-starred restaurants, document analysis.

Michelin Yeşil Yıldızlı Restoranlarda Sürdürülebilir Diyetlerin Yeri

Doç. Dr. Pınar IŞILDAR

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
pinar.isildar@deu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7667-9951

Lisansüstü Öğrenci, Bahar KARAMAN

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
bahar.karaman@ogr.deu.edu.tr
ORCID: 0009-0005-9657-5961

Özet

Günümüzde hem insan sağlığını hem de çevresel sürdürülebilirliği gözeten beslenme modelleri giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu bağlamda sürdürülebilir diyetler; çevresel etkisi düşük, besleyici değeri yüksek ve kültürel olarak kabul edilebilir beslenme biçimleri olarak tanımlanmakta ve gastronomi sektöründe de karşılık bulmaktadır. Michelin Rehberi'nin 2020 yılından itibaren uygulamaya koyduğu Yeşil Yıldız sistemi, restoranların sürdürülebilirlik performanslarını görünür kılmayı amaçlamakta; çevresel sorumluluk, yerel ürün kullanımı, mevsimsellik, atık yönetimi ve kaynak verimliliği gibi kriterler üzerinden değerlendirme yapmaktadır. Bu çalışma, İzmir'deki Michelin Yeşil Yıldızlı restoranlarda sürdürülebilir diyetlerin yerini ve önemini incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaca yönelik araştırma nitel araştırma yöntemi ile tasarlanmış, araştırmanın evreni İzmir'de faaliyet gösteren Michelin Yeşil Yıldız'a sahip dört restorandan oluşmaktadır. Veriler, Haziran-Temmuz 2025 tarihleri-arasında restoranların menüsüne hâkim, alanında uzman restoran şefleri ile yüz yüze görüşme tekniği ile elde edilmiş ve betimsel analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırmanın bulgularında, şeflerin sürdürülebilirlik kavramına genel olarak hâkim olduklarını ve mutfaklarında mevsimsellik, yerellik, atık yönetimi ve bitki temelli beslenme gibi ilkeleri büyük ölçüde uyguladıklarını göstermektedir. Ancak bu uygulamaların çoğunlukla kişisel etik ve mesleki sorumluluk temelli olduğu, sürdürülebilir diyet ilkeleriyle tam ve sistematik bir uyumun her zaman sağlanamadığı da gözlemlenmiştir. Çalışma, sürdürülebilirliğin yalnızca çevresel değil, aynı zamanda toplumsal, kültürel ve ekonomik boyutlarıyla da ele alınması gerekliliğinin önemini ortaya çıkarmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir diyetler, Michelin yeşil yıldız, Michelin yeşil yıldızlı restoranlar.

The Place of Sustainable Diets in Michelin Green Star Restaurants

Abstract

Today, dietary models that consider both human health and environmental sustainability are becoming increasingly important. In this context, sustainable diets are defined as dietary patterns that have a low environmental impact, high nutritional value, and are culturally acceptable, and are also finding resonance in the gastronomy sector. The Green Star system, which the Michelin Guide has been implementing since 2020, aims to make restaurants' sustainability performance visible; it evaluates them based on criteria such as environmental responsibility, use of local products, seasonality, waste management, and resource efficiency. This study aims to examine the place and importance of sustainable diets in Michelin Green Star restaurants in Izmir. This research was designed using a qualitative research method, and the research universe consists of four Michelin Green Star restaurants operating in Izmir. Data was collected through face-to-face interviews with restaurant chefs who are experts in their field and familiar with the restaurants' menus between June and July 2025, and the data analysis was conducted using a formal analysis method. The findings of the study indicate that chefs are generally familiar with the concept of sustainability and largely apply principles such as seasonality, locality, waste management, and plant-based nutrition in their kitchens. However, it was also observed that these practices are mostly based on personal ethics and professional responsibility, and that full and systematic alignment with sustainable diet principles is not always achieved. The study highlights the importance of addressing sustainability not only in its environmental dimensions but also in its social, cultural, and economic dimensions.

Keywords: Sustainability, sustainable diets, Michelin green star, Michelin green star restaurants.

Gelenekselin İzinde mi, Çağın Gereğinde mi? Türk Mutfak Mirasında Gelenek–Modernite İkilemi

Öğr. Gör. Büşra DİKEN ÇOLAK

İstanbul Gedik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
busra.dikencolak@gedik.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8888-9577

Arş. Gör. Seray EVREN

İstanbul Gedik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
seray.evren@gedik.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9063-5824

Prof. Dr. Serkan ŞENGÜL

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
serkansengul@subu.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4615-1982

Özet

Geleneksellik; bireyin kendi doğası ve kültürüne sadık kalarak yaşama çabasıdır. Geleneksel olmanın temelini özgün olanı bulma ve anlamlandırma çabası oluşturmaktadır. Gastronomi bağlamında geleneksellik ise yiyeceklerin beslenme ihtiyacını karşılamasından ziyade kültürel ve sosyo-ekonomik kökenlerine sıkı sıkıya bağlı birer kimlik ögesi olmasıdır. Bu nedenle gastronomi alanındaki gelenekselliğin önemi, hem yemek pişirme sürecine katkı sağlaması hem de etnik kimliklerin ve kültürlerin korunmasına olanak tanımasıdır (Hamzah vd. 2013: 370). Yani gastronomi alanında geleneksellikten bahsederken yemeğin kökeni, tarifi, malzeme, hazırlık ve sunum biçimi gibi pek çok faktör etkili olmaktadır. Turistler ziyaret ettikleri destinasyonlarda özgün olanı aramakta ve geleneksel mutfak kültürünü deneyimlemek istemektedir. Bu sayede yerel gıdaları tüketirken o kültüre ait kültürel kimlik unsurlarını da deneyimlemektedir (Bessière, 1998: 25-27; Kim, Eves ve Scarles, 2009: 424, Sims, 2009: 325). Fakat iklim, mevsimsel özellikler, yemeği yapan kişinin bilgi eksikliği vb. etkenler özgünlüğe zarar verebilmektedir (Almansouri vd., 2022: 2). Diğer taraftan destinasyonları ziyaret eden turistlerin bazıları yerel gıdaları yerel üreticiden yerinde deneyimlemek isterken kimi turistler de bundan kaçınmaktadır. Bu noktada destinasyonlar yerel yiyecekleri; kültürel ve dini etkiler, sosyo-demografik faktörler, yiyeceklerle ilgili kişilik özellikleri, maruz kalma ve geçmiş deneyim, motivasyonel faktör unsurları gibi çeşitli sebeplerle turistlerin alışık oldukları damak zevkine hitap edecek şekilde değiştirebilmektedir (Seo vd., 2013: 296; Mak vd., 2012: 929; Cohen ve Avieli, 2004; Torres, 2002). Örneğin Avieli (2013) tarafından yapılan çalışmada turistlerin damak tadına hitap edebilmek ve ticarileşmenin etkisiyle geleneksel ürünlerini orijinaline sadık kalmadan farklılaştırarak sundukları belirtilmiştir. Rozanis vd. (2024)'nin yapmış olduğu çalışmada ise Yunan tavernalarında yerel kültürü yaşatmaya çalışırken aynı zamanda turistlerin beklentilerine uygun bir ortam da sunmaya çalıştıklarını vurgulanmaktadır. Bazı araştırmalar ise turistlerin yerel gıdaları deneyimlerken güvende ve konforlu bir ortam arayışı içinde olduklarını, kendilerine aşina olan yerel gıdaları güvenilir bir restoranda kendileri ile aynı dili konuşan garsonların servisi ile deneyimlemek istediklerini ifade etmektedir (Özdemir ve Seyidoğlu, 2017:5; Chang vd., 2011: 308). Ayrıca günümüzde mutfak kültürleri küreselleşme, göç, teknolojinin gelişmesi, ticarileşme gibi farklı iç ve dış uyaranlara yanıt olarak sürekli gelişmekte ve değişmektedir. Bu değişim destinasyonların gastronomi bağlamında özgünlüğünü riske sokmaktadır (Mak, Lumbers ve Eves, 2012: 180). Bu durumda destinasyonlar “geleneksel mutfak mirasını olduğu gibi

korunmalı mı?” yoksa küreselleşme, turistik talepler, tüketici alışkanlıklarındaki değişim ve modern mutfak tekniklerinin yaygınlaşması, geleneksel tariflerin ve uygulamaların zamanla değişime uğraması gibi çeşitli nedenlerle “güncel ihtiyaçlara göre yeniden yorumlayarak sürdürmeli mi?” sorusunu doğurmakta ve önemli bir ikilem oluşturmaktadır. Bu noktada araştırmanın amacı benzer durumlar açısından Türk mutfak mirasının korunması ile çağdaş mutfak pratiklerine uyarlanarak sürdürülebilirliğinin sağlanması arasındaki ikilemi derinlemesine incelemektir. Araştırma yalnızca geleneksel Türk mutfak mirasının korunması açısından değil aynı zamanda kültürel kimliğin sürekliliği, sosyo-kültürel yansımaları, ekonomik ve uygulamaya yönelik boyutları ile gastronominin gelişimi bağlamındaki güncel durumunu bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirilmeyi hedeflemektedir. Bu doğrultuda araştırmada derinlemesine bilgi edinilmesi adına nitel araştırma yönteminden yararlanılacak olup araştırma deseni olarak olgubilim (fenomenoloji) tercih edilecektir. Araştırmanın evrenini, Türkiye’deki üniversitelerin Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümlerinde yer alan uzman akademisyenler oluşturmaktadır. Örneklem ise amaçlı örneklem yöntemlerinden ölçüt örneklem olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda, Türkiye’de gastronomi, kültürel miras, mutfak kültürü ve beslenme alanlarında akademik çalışmaları bulunan, görüşme sürecine gönüllü olarak katılmayı kabul eden akademisyenler araştırmanın örneklemi oluşturacaktır. Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formundan yararlanılacak olup elde edilen verilerin içerik analizine tabi tutulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel mutfak kültürü, kültürel miras, Türk mutfak mirası, modern mutfak kültürü.

Following the Tradition or the Need of the Age? The Tradition-Modernity Dilemma in Turkish Culinary Heritage

Abstract

Traditionalism is the effort of individuals to live in accordance with their nature and culture. The foundation of being traditional lies in the effort to find and make sense of authenticity. In the context of gastronomy, traditionalism refers to food not merely as a means of meeting nutritional needs but as an identity element tightly connected to its cultural and socio-economic roots. Therefore, the significance of traditionalism in gastronomy lies in its contribution to the cooking process and its potential to preserve ethnic identities and cultures (Hamzah et al., 2013:370). When speaking of traditionalism in gastronomy, many factors, such as the origin of the dish, its recipe, ingredients, preparation, and presentation styles, play a role. Tourists seek authenticity in the destinations they visit and wish to experience the traditional culinary culture. While consuming local foods, they also engage with elements of cultural identity (Bessière, 1998: 25-27; Kim, Eves & Scarles, 2009: 424; Sims, 2009: 325). However, factors such as climate, seasonal characteristics, or the cook’s lack of knowledge may harm authenticity (Almansouri et al., 2022: 2). On the other hand, while some tourists prefer to experience local foods on-site from local producers, others avoid this. Destinations may alter local foods to appeal to the tourists’ familiar tastes owing to factors such as cultural and religious influences, socio-demographic characteristics, food-related personality traits, exposure and past experience, and motivational factors (Seo et al., 2013: 296; Mak et al., 2012: 929; Cohen & Avieli, 2004; Torres, 2002). For instance, Avieli (2013) points out that traditional products are offered in a modified form without staying true to the original to appeal to tourists’ palates and due to the effects of commercialization. Rozanis et al. (2024) emphasized that while trying to preserve local culture in Greek tavernas, an environment that meets tourists’ expectations is also provided. Some studies indicate that tourists seek a safe and comfortable environment while experiencing local foods, and prefer to consume familiar local foods in trustworthy restaurants served by staff who speak their language (Özdemir & Seyidoğlu, 2017: 5; Chang et al., 2011: 308). Moreover, today’s culinary cultures are constantly evolving in response to different internal and external stimuli, such as globalization, migration, technological advancements, and commercialization.

This change puts the authenticity of destinations at risk in the context of gastronomy (Mak, Lumbers & Eves, 2012: 180). This raises a critical question: Should destinations preserve their traditional culinary heritage as it is, or should they reinterpret it according to current needs, such as globalization, tourist demands, changes in consumer habits, and the spread of modern cooking techniques that lead to the transformation of traditional recipes and practices over time? This study aims to examine the dilemma between preserving Turkish culinary heritage and ensuring its sustainability by adapting it to contemporary culinary practices. This study aims to evaluate not only the preservation of traditional Turkish culinary heritage but also the current state of gastronomy from a holistic perspective in terms of the continuity of cultural identity, its sociocultural reflections, economic aspects, and practical implications. In Rodger's model of clinical supervision, the qualitative research method will be used to obtain in-depth information, and the research design will be phenomenological. The study population consisted of expert academics in the Gastronomy and Culinary Arts departments of universities in Türkiye. The sample was determined using criterion sampling, a purposeful sampling method. In this context, academics who have conducted academic studies in the fields of gastronomy, cultural heritage, culinary culture, and nutrition in Türkiye and who voluntarily agree to participate in the interview process will be included in the sample. A semi-structured interview form will be used as the data collection tool, and the data obtained will be analyzed using content analysis.

Keywords: Traditional culinary culture, cultural heritage, Turkish culinary heritage, modern culinary culture.

Kaynakça

- Almansouri, M., Verkerk, R., Fogliano, V., & Luning, P. A. (2022). The heritage food concept and its authenticity risk factors- Validation by culinary professionals. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 28, 1-9.
- Avieli, N. (2013). What is 'local food'? Dynamic culinary heritage in the World Heritage Site of Hoi An, Vietnam. *Journal of Heritage Tourism*, 8(2-3), 120-132.
- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.
- Chang, R. C., Kivela, J., & Mak, A. H. (2011). Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When East meets West. *Tourism Management*, 32(2), 307-316.
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.
- Hamzah, H., Ab Karim, M. S., Othman, M., & Hamzah, A. (2013). Dimensions of authenticity in Malay cuisine from experts' perspectives. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 2(3), 369-377.
- Kim, Y.G., Eves, A., & Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: a grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management* (28), 423-431.
- Mak, A. H., Lumbers, M., & Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 171-196.
- Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A. & Chang, R. C. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 928-936.
- Özdemir, B., ve Seyitoğlu, F. (2017). A conceptual study of gastronomical quests of tourists: Authenticity or safety and comfort?. *Tourism Management Perspectives*, 23, 1-7.
- Rozanis, M., Groszlik, R., & Avieli, N. (2024). Between gaze and taste: Senses, imaginaries, and the sustainability of culinary heritage in Greek tourist-oriented taverns. *Tourism Management Perspectives*, 53, 101288.

Seo SunHee, S. S., Kim OgYeon, K. O., Oh SuMin, O. S., & Yun NaRa, Y. N. (2013). Influence of informational and experiential familiarity on image of local foods. *International Journal of Hospitality Management*, 34 (2013), 295–308.

Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal Of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.

Torres, R. (2002). Toward a better understanding of tourism and agriculture linkages in the Yucatan: Tourist food consumption and preferences. *Tourism Geographies*, 4(3), 282-306.

Etnik Restoranlar Bağlamında Otantizmin Kùltürel Etkileşimdeki Rolü: Bibliyometrik Bir Analiz

Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakùltesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
fugen.ozkaya@hbv.edu.tr
ORCID: 0000-0003-2893-9557

Arş. Gör. Rabia ZEYBEK

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakùltesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
rabia.zeybek@hbv.edu.tr
ORCID: 0009-0001-3987-5678

Özet

Etnik restoranlar, en kısa tanımı ile belirli bir bölgeye veya kùltüre özgü yemeklerin sunulduğu mekânlardır. Bu restoranlar, farklı insan grupları arasında hem mutfak hem de kùltür köprüsü görevi görerek kùltürel etkileşimi teşvik etme potansiyeline sahiptir. Bu çalışmada, etnik restoranlar bağlamında otantizm kavramını ele alan makaleler bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma kapsamında ScienceDirect, Web of Science ve Google Scholar veri tabanlarında “etnik restoranlar ve otantizm” ile “ethnic restaurants and authenticity” anahtar kelimeleri kullanılarak 1995-2024 yılları arasında yayımlanan toplam 72 makaleye ulaşılmıştır. Makaleler, özet ve yöntem bölümleri dikkate alınarak seçilmiş ve yıllar, yayımlandıkları dergiler, diller, yazarlar, anahtar kelimeler, araştırma yöntemleri ve ele alınan etnik restoran türleri gibi çeşitli parametreler üzerinden analiz edilmiştir. Bulgular, konuya ilişkin makalelerin çoğunlukla uluslararası alanyazında bulunduğunu, son on yılda arttığını ve turizm odaklı dergilerde yayımlandığını göstermektedir. Ayrıca, etnik restoranlara ilişkin makalelerin büyük bir kısmının Çin mutfağı üzerine yoğunlaştığı da tespit edilmiştir. Çalışma, etnik restoranlar bağlamında otantizmin kùltürlerarası etkileşimde oynadığı rolü ortaya koyarken, ilgili alanyazındaki eğilimleri de kapsamlı bir şekilde değerlendirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Etnik restoranlar, otantizm, kùltürel etkileşim, bibliyometrik analiz.

The Role of Authenticity in Cultural Interaction in the Context of Ethnic Restaurants: A Bibliometric Analysis

Abstract

Ethnic restaurants, in the shortest definition, are places where food specific to a particular region or culture is served. These restaurants have the potential to promote cultural interaction by acting as both culinary and cultural bridges between different groups of people. In this study, articles addressing the concept of authenticity in the context of ethnic restaurants were examined through bibliometric analysis. Within the scope of the research, a total of 72 articles published between 1995 and 2024 using the keywords “ethnic restaurants and authenticity” and “ethnic restaurants and authenticity” in ScienceDirect, Web of Science and Google Scholar databases. The articles were selected based on their abstract and methods sections and analyzed based on various parameters such as years, journals, languages, authors, keywords, research methods, and types of ethnic restaurants. The findings show that the articles on the subject are mostly found in the international literature, have increased in the last decade, and

are published in tourism-oriented journals. It was also found that most of the articles on ethnic restaurants focus on Chinese cuisine. The study reveals the role of authenticity in intercultural interaction in the context of ethnic restaurants and comprehensively evaluates the trends in the relevant literature.

Keywords: Ethnic restaurants, authenticity, cultural interaction, bibliometric analysis.

Michelin Rehberinde Yer Alan İzmir Restoranlarında Coğrafi İşaretli Ürünlerin Kullanımı Üzerine Bir Değerlendirme

Arş. Gör. Ayşe Duygu ÇETİNKAYA

Yaşar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
duygu.cetinkaya@yasar.edu.tr
ORCID: 0009-0009-9177-9462

Dr. Öğr. Üyesi Duygu ÇELEBİ TÜRKMEN

Yaşar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
duygu.celebi@yasar.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7634-6815

Prof. Dr. Seda GENÇ

Yaşar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
seda.genc@yasar.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4572-5518

Özet

Son yıllarda gastronomi, turizm ve yerel kalkınma politikalarının kesişiminde stratejik bir alan olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, coğrafi işaretli ürünler yerel kimliğin, kültürel mirasın ve sürdürülebilir üretimin önemli bir göstergesi haline gelmiştir. Uluslararası gastronomi sahnesinde prestijli bir yere sahip olan Michelin Rehberi'nde yer alan restoranlar, hem kaliteli mutfak anlayışı hem de yerel ürünlerin yaratıcı kullanımı açısından dikkate değerdir. Bu çalışmanın amacı, İzmir ilinde Michelin Rehberi'nde yer alan restoran işletmelerinde coğrafi işaretli ürünlerin kullanım düzeyini belirlemek, kullanım biçimlerini analiz etmek ve bu ürünlerin kullanılmasının gastronomi alanındaki etkilerini değerlendirmektir. Buna ek olarak, coğrafi işaretli ürünlerin yerel kimliğin korunması, gastronomi turizminin desteklenmesi ve restoranların marka değerinin artırılması açısından etkilerinin ortaya koyulması hedeflenmektedir. Çalışma kapsamında İzmir ilinde 2025 yılı itibarıyla Michelin Rehberi'nde listelenen 24 restoran incelenmiştir. Veriler, 15 Mayıs–15 Temmuz 2025 tarihleri arasında toplanmıştır. Katılımcılar, ilgili restoranlarda çalışan ve coğrafi işaretli ürünler hakkında bilgi sahibi olan şeflerden oluşmuştur. Görüşme formunda 11 açık uçlu soru yer almakta olup, önce katılımcıların demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, mesleki deneyim süresi vb.), ardından coğrafi işaretli ürünler, yerel mutfaklar ve gastronomi turizmine dair görüşleri nitel araştırma yöntemi kullanılarak alınmıştır. Elde edilen veriler betimsel içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. Bu doğrultuda Michelin Rehberi'nde yer alan restoranlarda coğrafi işaretli ürünlerin menülerde yer alma düzeyine ilişkin çeşitli eğilimler ortaya konmuştur. Şeflerin coğrafi işaretli ürünlere yönelik bilgi düzeyleri, bu ürünlerin tedarik süreçleri, maliyetleri ve menüye dahil edilme gerekçeleri gibi konularda aktardıkları bilgiler, mevcut durumun çok yönlü olarak anlaşılmasına katkı sağlamıştır. Çalışmanın bulguları, restoranlarda coğrafi işaretli ürünlerin kullanımına ilişkin mevcut durumu ortaya koymuş; bu ürünlerin gastronomi turizmi ve sürdürülebilir mutfak uygulamalarıyla ilişkili olarak nasıl değerlendirildiğinin anlaşılmasına katkı sağlamıştır. Ayrıca bu çalışmanın, konuya ilişkin ileride yapılacak araştırmalar için temel bir zemin oluşturabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Michelin rehberi, coğrafi işaret, yerel ürün, restoran işletmesi, İzmir.

An Assessment of the Use of Geographically Indicated Products in İzmir Restaurants Listed in the Michelin Guide

Abstract

In recent years, gastronomy has emerged as a strategic field at the intersection of tourism and local development policies. In this context, geographical indication (GI) products have become important indicators of local identity, cultural heritage, and sustainable production. Restaurants featured in the prestigious Michelin Guide, which holds an esteemed place on the international gastronomy scene, are noteworthy in terms of both their high-quality culinary standards and their creative use of local products. The aim of this study is to determine the extent to which GI products are used in Michelin-listed restaurants in İzmir, to analyze the ways these products are utilized, and to evaluate their impact on the field of gastronomy. Additionally, the study seeks to reveal the effects of GI products in terms of preserving local identity, supporting gastronomy tourism, and enhancing the brand value of restaurants. Within the scope of the study, 24 restaurants listed in the Michelin Guide in İzmir as of 2025 were examined. Data were collected between May 15 and July 15, 2025. Participants consisted of chefs working in these restaurants who are knowledgeable about GI products. The interview form included 11 open-ended questions, beginning with participants' demographic characteristics (age, gender, educational background, professional experience, etc.) followed by their views on GI products, local cuisines, and gastronomy tourism. A qualitative research method was employed, and the collected data were analyzed using descriptive content analysis. Accordingly, various trends regarding the inclusion of GI products on the menus of Michelin-listed restaurants were identified. The information shared by the chefs on their level of knowledge about GI products, procurement processes, costs, and reasons for incorporating them into menus contributed to a multifaceted understanding of the current situation. The findings of the study revealed the current state of GI product usage in restaurants and contributed to understanding how these products are evaluated in relation to gastronomy tourism and sustainable culinary practices. Furthermore, it is believed that this study may provide a foundational basis for future research on the subject.

Keywords: Michelin guide, geographical indication, local product, restaurant business, İzmir.

Gastronomi Turizminde Rota Planlamasına Yönelik Kavramsal Bir Model

Öğr. Gör. Dr. Hakan GÜLEÇ

Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bölümü
gulec.hakan.tr@gmail.com
ORCID: 0000-0002-3790-3911

Özet

Gastronomi turizminde rotalar, belirli bir yörenin mutfak kültürünü deneyimleyerek yansıtmayı sağlayan, gastronomi ürünlerini, uygulamalarını ve hizmetlerini ziyaretçilerine doğrudan ulaştıran, yörenin tanıtımına, mutfağının sürdürülebilmesine ve ekonomisine katkı sağlayan tematik gezi güzergahlarıdır. Bu rotalar, destinasyonların tanıtımı, gastronomik mirasın korunması ve yerel ekonomilerin desteklenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışma, gastronomi turizmi rotalarının sistematik planlamasına yönelik kavramsal bir çerçeve önermektedir. Model, birbirine bağlı beş bileşenden oluşmaktadır: destinasyonun özgün gastronomik kimliğinin belirlenmesi, mekânsal ve yere özgü tasarım, deneyim tasarımı, ilgili paydaşlar ve toplulukların belirlenmesi ve sürece dâhil edilmesi, ve mutfak kültürünün sürdürülebilirliği. Bu yapılandırılmış yaklaşım ile model, deneyim temelli turizmin gelişimini desteklemeyi ve güçlü yerel gastronomik kimliklerin oluşumuna katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Çerçeve, kapsayıcı ve işbirliğine dayalı planlamanın önemini vurgulamaktadır. Model; yerel ve bölgesel turizm kurulları, belediyeler ve kültürel miras kurumları, yerel üreticiler, yiyecek içecek işletmeleri, geleneksel restoranlar, aşçıları, seyahat acentaları ve tur operatörleri, gıda kooperatifleri, çiftçi birlikleri, ticaret odaları, gastronomiyle ilişkili sivil toplum kuruluşları, gastronomi, turizm ve bölgesel kalkınma alanlarında uzmanlaşmış üniversiteler ve araştırma merkezleri, aşçılık, turist rehber dernekleri ve zanaatkar ağları gibi geniş bir paydaş yelpazesini kapsamaktadır. Bu modelin uygulanmasıyla turizm planlamacıları, araştırmacılar ve destinasyon yöneticileri; kültürel, sosyal ve ekonomik değer üreten sürdürülebilir gastronomi turizmi rotaları tasarlayabilir ve geliştirebilirler.

Anahtar Kelimeler: Kavramsal model, gastronomi kimliği, gastronomi rotaları, gastronomi turizmi, rota planlanması.

A Conceptual Model for Route Planning in Gastronomy Tourism

Abstract

Gastronomy tourism routes are thematic itineraries that offer visitors direct access to a region's culinary products, practices, and services, enabling them to experience and reflect the local food culture. These routes play a significant role in promoting destinations, preserving culinary heritage, and supporting local economies. This study proposes a conceptual framework for the systematic planning of gastronomy tourism routes. The model is composed of five interrelated components: identification of the unique gastronomic identity of the destination, spatial and place-based design, experience design, identification and engagement of relevant stakeholders and communities, and sustainability of the culinary culture. By providing a structured approach, the model aims to support the development of experiential tourism and contribute to the

emergence of strong local gastronomic identities. The framework emphasizes the importance of inclusive and collaborative planning. It identifies a wide range of stakeholders including: local and regional tourism boards, municipal governments, and cultural heritage institutions, local producers, food and beverage businesses, artisan/traditional restaurants, chefs, travel agencies, and tour operators, food cooperatives, farmer associations, chambers of commerce, and gastronomy-related NGOs, universities and research centers specializing in gastronomy, tourism, and regional development, culinary unions, tourist guide associations, and artisan networks. By applying this model, tourism planners, researchers, and destination managers can design and develop sustainable gastronomy tourism routes that deliver cultural, social, and economic value.

Keywords: Conceptual model, gastronomic identity, gastronomy routes, gastronomy tourism, route planning.

Türkiye’de Gastronomi Eğitimi Literatürünün Gelişimi: Bibliyometrik Analiz Yaklaşımıyla Bir İnceleme

Arş. Gör. Şule Gül ÜNAL

Yaşar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
sulegul.unal@yasar.edu.tr
ORCID: 0009-0001-6659-0125

Dr. Öğr. Üyesi Duygu ÇELEBİ TÜRKMEN

Yaşar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
duygu.celebi@yasar.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7634-6815

Prof. Dr. Seda GENÇ

Yaşar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
seda.genc@yasar.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4572-5518

Özet

Türkiye’de gastronomi eğitimi, son yıllarda hem akademik hem de sektörel anlamda büyük bir ivme kazanmıştır. Geleneksel Türk Mutfağı’nın zenginliği, yerel ürün çeşitliliği ve gastronomi olgusunun medyada daha çok görünürlük kazanması gibi faktörler bu alandaki eğitime olan ilgiyi arttırmıştır. Aynı zamanda sektörün de gelişmesiyle birlikte kalifiye personel ihtiyacına olan talep, bu alanda eğitim alan kişi ve eğitim veren kurumların sayısını arttırmış, yapılan akademik çalışmaları bu alana yönlendirmiştir. Araştırma kapsamında, Türkiye’de gastronomi eğitimi konusunda yapılan çalışmalar incelenmiş ve sınıflandırması yapılmıştır. Bu doğrultuda, TR Dizin veri tabanında gastronomi eğitimi alanında bugüne kadar yayınlanmış olan makaleler taranmıştır. 01-15 Temmuz 2025 tarihleri arasında yapılan araştırma sonucu ulaşılan makalelerin; türü, basım yılı, yazarları, başlıkları, anahtar kelimeleri ve araştırma yöntemleri ölçütleri dikkate alınarak bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma sonucunda 17 adet çalışmaya ulaşılmış, bunlardan tekrar edenler çıkarıldığında toplamda 11’inin gastronomi eğitimiyle ilişkili olduğu tespit edilmiştir. %90’ının araştırma, %10’ununsa derleme makale türünde olduğu belirlenen çalışmaların yayın yılları incelendiğinde %36.4’lük kısımla en çok yayının 2019 yılında yapıldığı görülmüştür. Makale başlıkları incelendiğinde; öğrencilerin ve sektör paydaşlarının mesleğe bakış açıları, öğretim programları ve içerikleri, eğitimin tarihçesi gibi konular üzerine çalışıldığı görülmektedir. Çalışmaların %54.5’inin nicel yöntemler kullanılarak, %45.4’ünün ise nitel yöntemler kullanılarak yapıldığı tespit edilmiştir. Elde edilen bibliyometrik analiz sonuçları, ülkemizde gastronomi eğitiminin gelişimi ile ilgili ulusal literatürdeki gelişmeleri değerlendirmek ve gelecekte yapılacak çalışmalara yön vermek amacıyla hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, gastronomi eğitimi, Türkiye’de gastronomi eğitimi, bibliyometrik analiz.

The Development of Gastronomy Education Literature in Türkiye: A Review Using Bibliometric Analysis Approach

Abstract

In recent years, gastronomy education in Türkiye has gained considerable momentum both in academical and professional contexts. The richness of traditional Turkish cuisine, the diversity

of local ingredients, and the increasing media visibility of gastronomy have significantly contributed to growing interest in this discipline. At the same time, the development of the gastronomy sector has created substantial demand for qualified personnel, resulting in a rise in both the number of individuals pursuing education in this area and the institutions offering such programs, while simultaneously directing academic research toward this field. Within the scope of this study, academic publications on gastronomy education in Türkiye have been reviewed and classified. Articles published in the TR Dizin database up to the year 2025 were examined using bibliometric analysis, based on criteria such as article type, year of publication, authors, titles, keywords, and research methods. The research, conducted between July 1–15, 2025, identified 17 articles in total; after eliminating duplicates, 11 were found to be directly related to gastronomy education. Among these, 90% were research articles and 10% were reviews, with the highest concentration of publications (36.4%) occurring in 2019. The analysis of article titles revealed common themes such as the perspectives of students and industry stakeholders on the profession, curriculum content, and the historical development of education in the field. It was also determined that 54.5% of the studies employed quantitative methods, while 45.4% used qualitative approaches. The results of the bibliometric analysis were compiled to evaluate the development of gastronomy education in Türkiye within the scope of national academic literature and to inform future studies in the field.

Keywords: Gastronomy, Gastronomy education, Gastronomy education in Türkiye, bibliometric analysis.

Gastronomi ve Müzik Temsilleri Üzerinden Duygusal Bağ Kuran Deneyim Tasarımları: İstanbul Örneği

Dr. Öğr. Üyesi, Elif Zeynep ÖZER

Biruni Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
elifo@biruni.edu.tr
ORCID: 0000-0002-1925-759X

Özet

Gastronomi, toplumsal hafıza ve kimliğin oluşumunda etkili bir kültürel anlatı alanı; müzik ise bu anlatının duygusal ve estetik düzeyde ifadesini mümkün kılan güçlü bir sözlü-ışitsel mecra-
dır. Bu bağlamda, köklü tarihi ve zengin kültürel birikimiyle öne çıkan İstanbul'un gastronomik
kültürünün müzik aracılığıyla nasıl temsil edildiğini ve bu temsillerin nasıl duygusal deneyim
tasarımlarına dönüştüğünü incelemek, güncel ve disiplinlerarası bir araştırma alanı sunmakta-
dır. İstanbul'a özgü gastronomik semboller, müzikteki temsilleri aracılığıyla bireylerde nasıl
duygusal bağlar kurmakta ve şehir kimliğinin dönüşümüne nasıl katkı sağlamakta olduğu so-
rusu çalışmanın problem cümlesidir. Çalışmanın amacı, müzikte yer alan yiyecek ve içecek
sembollerinin İstanbul'u temsil eden biçimlerini analiz ederek, bu temsillerin bireylerde nasıl
duygusal bağlar kurduğunu ve İstanbul'un deneyimsel destinasyon kimliğini nasıl beslediğini
ortaya koymaktır. Nitel araştırma deseniyle yürütülen çalışmada, içerik analizi ve tematik kod-
lama yöntemleri kullanılmış; örneklem ölçütlerine göre seçilmiş olan 16 Türkçe şarkı sözünde
İstanbul'a özgü gastronomik semboller tematik kodlama yoluyla analiz edilmiştir. Çalışmanın
örnekleme, şarkı sözlerinde İstanbul'un mekânsal veya kültürel referanslarını taşıyan ve aynı
zamanda yiyecek, içecek ya da mutfak kültürüne dair imgeler barındıran eserlerle sınırlandı-
rılmıştır. Bu bağlamda, çalışmanın temel sınırlılığı; yalnızca popüler müzik dağarcığında yer
alan, dijital olarak erişilebilen ve sözlü temsili açık olan şarkılarla sınırlı kalmasıdır. Çalışmanın
önemi, gastronomik sembollerin şehir kimliğini nasıl duygusal bir deneyime dönüştürdüğünü
göstermesi ve gastronomi ile müzik arasındaki temsil ilişkisini disiplinlerarası bir yaklaşımla ele
almasıdır. Elde edilen bulgular, İstanbul'un bir gastronomi destinasyonu olarak yalnızca fiziksel
değil, aynı zamanda duygusal düzeyde de deneyimlenebilen bir anlatıya sahip olduğunu or-
taya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, müzik, deneyim tasarımı, İstanbul, sembolik temsil.

Experience Design Through Gastronomy and Music Representations: A Case Study of Istanbul

Abstract

Gastronomy is a potent cultural narrative field in the formation of social memory and identity; music, on the other hand, is a powerful verbal-auditory medium that enables the emotional and aesthetic expression of this narrative. In this context, examining how Istanbul's gastronomic culture, distinguished by its deep-rooted history and rich cultural heritage, is represented through music and how these representations transform into emotional experience designs offers a contemporary and interdisciplinary field of research. The research question is how Istanbul's unique gastronomic symbols, through their musical representations, establish emotional bonds with individuals and contribute to the transformation of the city's identity. The aim of the study is to analyze the ways in which food and beverage symbols in music represent Istanbul, to

reveal how these representations establish emotional bonds with individuals and how they foster Istanbul's experiential destination identity. This study, conducted with a qualitative research design, employed content analysis and thematic coding methods. Thematic coding was used to analyze the gastronomic symbols specific to Istanbul in 16 Turkish song lyrics selected according to sample criteria. The study's sample was limited to works whose lyrics contain spatial or cultural references to Istanbul and also contain imagery related to food, drink, or culinary culture. In this context, the study's fundamental limitation is that it is limited to songs that are part of the popular music repertoire, are digitally accessible, and have a clear verbal representation. The significance of the study lies in demonstrating how gastronomic symbols transform city identity into an emotional experience and in its interdisciplinary approach to the representational relationship between gastronomy and music. The findings reveal that Istanbul, as a gastronomic destination, possesses a narrative that can be experienced not only physically but also emotionally.

Keywords: Gastronomy, music, experience design, Istanbul, symbolic representation.

Mutfakta Üretimde Oluşan Gıda Atıklarının Değerlendirilmesi Üzerine Deneysel Bir Çalışma: Atıklardan Ürün Geliştirilmesi

Lisansüstü Öğrenci, İrem BEDİR

Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
irembedir@gmail.com
ORCID: 0009-0009-8212-1474

Dr. Öğr. Üyesi Nurten BEYTER

Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakóltesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
nbeyter@baskent.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6359-9469

Özet

Gıda atıkları, hem küresel düzeyde hem de Türkiye özelinde giderek daha fazla önem kazanan bir konu haline gelmiştir. Gıda atıklarının en yoğun biçimde ortaya çıktığı alanlardan biri yiyecek ve içecek sektörüdür. Gıda atıklarının kaynağında azaltılması, geri kazanımı ve sürdürülebilir yöntemlerle yönetimi ele alınması gereken kritik bir meseledir. Bu çerçevede, çalışmanın amacı mutfakta oluşan gıda atıklarından nitelikli, tüketilebilir yeni ürün geliştirmek ve sıfır atık uygulamalarına örnek olmaktır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu bağlamda, öncelikle mutfaktan çıkan gıda atıkları toplanmıştır. Bu kapsamda meyve sebze kabukları, pörsümüş üretimde kullanılmayacak unsurlar değerlendirilmiştir. Ön işlemlerden geçirilen örnekler B.Ü. BİYOTEK teknoloji Geliştirme Merkezi Laboratuvarında liyofilizasyon sistemleri kullanarak dondurularak kurutulmuştur. Bu sayede gıda maddelerinin dayanıklılığı artmış ve besin değeri korunmuştur. Yeterli miktarda meyve sebze kurusuna (90 gr), %15 (13,5 gr) oranında sofra tuzu ilave edilerek farklı yemeklerde çeşni olarak kullanılabilecek bir ürün elde edilmiştir. Bu üründe kimyasal analiz kapsamında besin içeriği ve pestisit analizleri yaptırılmıştır. Çeşni ve çeşni kullanılarak hazırlanan yoğurtlu mantarlı soğuk meze örnekleri 12 eğitilmiş panelist ile kalite derecelendirme testine tabi tutulmuş ve 5'li Likert tipi ölçek kullanılarak (1: "çok kötü", 5: "çok iyi") görünüş, renk, tat, koku, tekstür, ağızda bıraktığı his ve genel beğeni kriterleri açısından değerlendirilmiştir. Pestisit analizi sonucunda "Türk Gıda Kodeksi Pestisitlerin Maksimum Kalıntı Limitleri Yönetmeliği" ekinde belirtilen "Ülkemizde Kullanımına İzin Verilen Pestisitlerin Kabul Edilebilir En Yüksek Kalıntı Limitleri" açısından değerlendirildiğinde kabul edilen miktarlarda olduğu (≤ 0.01) görölmüştür. Besin içeriği analizi sonuçlarına göre değerlendirildiğinde piyasada bulunan diğer sebze çeşnileri ile benzer içeriğe sahip olduğu görölmüştür. Duyusal analiz sonuçları incelendiğinde ise her iki örnek ortalama değerin ($>2,5$) üzerinde puan alarak kabul görmüştür. Bu değerlendirmeler dikkate alındığında elde edilen çeşninin çok farklı ürünlerin üretiminde kullanılmasının (tarhana üretiminde, çorbalarda, et ve tavuk ürünlerinde vb.) mümkün olduğu anlaşılmaktadır. Bu çalışma TUBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı kapsamında gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gıda israfı, gıda atığı, pestisit, liyofilizasyon, ürün geliştirme.

Experimental Study on the Evaluation of Food Waste Generted in the Kitchen Production: Development of Products from Waste

Abstract

Food waste has become an increasingly important issue, both globally and in Türkiye specifically. The food and beverage sector is one of the areas where food waste is most intensely generated. Reducing food waste at its source, recycling it, and managing it with sustainable methods are critical issues that must be addressed. Within this framework, the study aimed to develop high-quality, consumable new products from kitchen food waste and to serve as an example for zero-waste practices. Quantitative research methods were employed in the study. First, food waste from the kitchen was collected. Fruit and vegetable peels, including those that would not be used in raw production, were evaluated. Pre-treated samples were freeze-dried using lyophilization systems at the B.Ü. BİYOTEK Technology Development Center Laboratory. This increased the food's shelf life and preserved its nutritional value. By adding 15% (13.5 g) of table salt to a sufficient amount of dried fruit and vegetables (90 g), a product that can be used as a condiment in various dishes was obtained. Chemical analyses of this product were conducted for nutritional content and pesticide content. Yogurt and mushroom cold appetizer samples prepared using seasonings and condiments were subjected to a quality rating test by 12 trained panelists and evaluated in terms of appearance, color, taste, odor, texture, mouthfeel, and overall liking using a 5-point Likert-type scale (1: "very bad," 5: "very good"). The pesticide analysis revealed acceptable levels (≤ 0.01) when evaluated in terms of the "Highest Acceptable Residue Limits of Pesticides Allowed for Use in Our Country" specified in the annex of the "Turkish Food Codex Regulation on Maximum Residue Limits of Pesticides." Nutritional content analysis revealed similar content to other commercially available vegetable seasonings. Sensory analysis revealed that both samples scored above the mean value (>2.5) and were accepted. Considering these evaluations, it can be understood that the resulting seasoning can be used in the production of many different products (tarhana production, soups, meat and poultry products, etc.). This study was conducted within the scope of the TUBITAK 2209-A University Student Research Projects Support Program.

Keywords: Food waste, food loss, pesticide, freeze-drying, product development.

Türkiye’de Gastrodiplomasi Üzerine Yapılan Akademik Çalışmaların İncelenmesi

Arş. Gör. Rabia ZEYBEK

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
rabia.zeybek@hbv.edu.tr
ORCID: 0009-0001-3987-5678

Öğr. Gör. Şafak Yüksel VURAL

Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta Ve İkram Hizmetleri Bölümü
safakyukselvural@gmail.com
ORCID: 0000-0001-6698-7221

Özet

Gastrodiplomasi, ulusların mutfak kültürlerini kamu diplomasisi aracı olarak kullanarak uluslararası alanda tanıtım yapmalarını ve yumuşak güç unsuru olarak kendilerini konumlandırmalarını sağlayan bir strateji olarak öne çıkmaktadır. Bu çalışma, Türkiye’de 2015–2025 yılları arasında gastrodiplomasi konusunda yapılan lisansüstü tez, bildiri ve makaleleri bibliyometrik analiz yöntemi ile inceleyerek, ulusal akademik eğilimleri ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında, Google Scholar, DergiPark ve YÖKTEZ veri tabanlarında “gastrodiplomasi” ve “gastronomi ve yumuşak güç” anahtar kelimeleri kullanılarak ilgili çalışmalar taranmıştır. İncelemeye 17 lisansüstü tez, 3 bildiri ve 25 makale dâhil edilmiştir. Çalışmalar yayımlandıkları yıl, yöntem, anahtar kelime kullanımı, yazar sayısı ve yayımlandıkları dergilere göre analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, gastrodiplomasi alanındaki akademik ilginin 2023 ve 2024 yıllarında belirgin şekilde arttığı gözlemlenmiştir. Çalışmaların büyük çoğunluğu derleme türünde olup, özellikle gastronomi, turizm ve uluslararası ilişkiler alanlarında yoğunlaşmıştır. Nitel yöntemlerin nicel yöntemlere oranla daha fazla tercih edildiği, özellikle içerik analizi ve mülakat gibi tekniklerin öne çıktığı belirlenmiştir. Sonuç olarak, Türkiye’de gastrodiplomasi alanı disiplinlerarası bir önem kazanmakla birlikte, kuramsal temelli çalışmaların ağırlıklı olduğu bir araştırma alanı niteliğindedir.

Anahtar Kelimeler: Gastrodiplomasi, gastronomi, yumuşak güç, bibliyometrik analiz.

Review of Academic Studies on Gastrodiplomacy in Türkiye

Abstract

Gastrodiplomacy stands out as a strategy that enables nations to use their culinary culture as a public diplomacy tool to promote themselves in the international arena and position themselves as an element of soft power. This study aims to reveal national academic trends by examining the postgraduate theses, conference papers and articles on gastrodiplomacy in Türkiye between 2015-2025 through bibliometric analysis method. Within the scope of the research, Google Scholar, DergiPark and YÖKTEZ databases were searched using the keywords "gastrodiplomacy" and "gastronomy and soft power". 17 graduate theses, 3 conference papers and 25 articles were included in the review. The studies were analyzed according to the year of publication, method, keyword usage, number of authors and the journals in which they were published. According to the findings, it was observed that academic interest in the field of gastrodiplomacy increased significantly in 2023 and 2024. The vast majority of the studies are in the review type and are concentrated especially in the fields of gastronomy,

tourism and international relations. It was determined that qualitative methods were preferred more than quantitative methods, especially techniques such as content analysis and interviews. In conclusion, although the field of gastrodiploMACy in Türkiye is gaining an interdisciplinary importance, it is a research area where theoretical-based studies are predominant.

Keywords: GastrodiploMACy, gastronomy, soft power, bibliometric analysis.

Etnik Restoranların Tipolojisi: Girişimcilik Profilleri ve İtici Faktörlere Dayalı Bir Sınıflandırma

Arş. Gör. Dr. Gürkan AYBEK

Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
gurkanaybek@akdeniz.edu.tr
ORCID: 0000-0002-5536-5440

Özet

Etnik restoranlar, küresel ölçekte hızlanan göç hareketlerinin bir sonucu olarak, neredeyse her ülkede tüketicilerin karşısına çıkmaktadır. Ancak günümüzde etnik restoranların varlığı yalnızca göçmenlere bağlı değildir. Turizm hareketleri ve uluslararası/uluslarüstü bir yapıya bürünen tüketici alışkanlıkları, etnik restoranların kültürel bağlamda ilişkili oldukları insan topluluğundan bağımsız olarak bir lokasyonda gelişmesine neden olabilmektedir. Bu çalışma, bir yiyeceğin ait olduğu yerden başka bir coğrafyaya taşınmasında ve bir işletmede sunulur hale gelmesinde rol oynayan girişimcilerin profillerinin belirginleştirilmesini amaçlamaktadır. Böylece, etnik yiyeceklerin taşınması ve ticarileşmesinde etkili olan itici faktörlerin de ortaya konması sayesinde etnik restoranlara ilişkin bir tipoloji önerilmesi hedeflenmektedir. Araştırma, literatüre dayalı bir kavramsal analiz yaklaşımı benimseyerek etnik restoranlar üzerine yapılmış çalışmaların konu edindiği etnik restoranları sınıflandırılmaktadır. Bulgulara göre etnik restoranların doğal girişimcileri, göç hareketleri ile evlerinden ayrılıp yeni topraklara göç eden ve yanlarında gastronomik-kültürel özelliklerini de taşıyan göçmenlerdir. Turizm faaliyetleri sonucunda ilgili yeri bir destinasyon olarak ziyaret eden turistler, göçmenlerce açılmış etnik restoranları bir gastronomik deneyim aracı olarak tercih edebilmektedir. Aynı zamanda ev sahibi ülkenin yerel halkı da farklı bir kültürü deneyimlemek ve/veya yeni bir yemek deneyimi yaşamak gibi amaçlarla bu etnik restoranlara rağbet gösterebilmektedir. Bunun farkına varan yerli girişimciler, etnik restoran pazarında oluşan bu talepten paylarına düşeni alabilmek için etnik restoranlar açabilmektedir. Yerli girişimciler aynı zamanda destinasyonu ziyaret eden turistlerin kültürü ile uyumlu olan ya da aşinalıkları olabilecekleri mutfakları sunan etnik restoranlar açarak turistlerin yemek tüketimlerini kolaylaştırma amacı güdebilmektedir. Son olarak, uluslararası şirketler, uluslararasılaşmış/küreselleşmiş mutfakların ürünlerini daha standardize şekilde piyasaya sürmek amacıyla etnik restoranlar açabilmektedir. Bu çalışma, özellikle etnik restoranlar üzerine yapılacak çalışmalarda konu edilecek etnik restoran tipolojisinin doğru belirlenebilmesi ve etnik restoranların tekil ve homojen yapılar olmadığının ortaya konması yönünden gelecek çalışmalara rehberlik edecektir. Aynı zamanda, farklı girişimci profilleri ile ilişkili motivasyonları ve itici faktörlerin belirginleştirilmesi, etnik restoran sektörüne katılabilecek yeni aktörlerin yönlendirilmesinde kilit rol oynayacaktır. Gelecekte çalışmanın ampirik bir yapıya büründürülmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Etnik restoran, tipoloji, göçmen, girişimci, turizm.

Typology of Ethnic Restaurants: A Classification Based on Entrepreneurial Profiles and Push Factors

Abstract

Ethnic restaurants appear in almost every country as a result of accelerated migration movements in a global context. However, the presence of ethnic restaurants in a location today is

not dependent on immigrants. Tourism movements and international/transnationalized consumer habits cause ethnic restaurants to develop separately from the culturally engaged community. This study aims to identify the profiles of entrepreneurs who play a role in moving a food from its original place to another and serving it in a restaurant by examining the driving factors of transporting and commercializing, and to propose a typology of ethnic restaurants. The research adopts a conceptual analysis approach based on the related literature. According to the findings, the basic entrepreneurs of ethnic restaurants are immigrants carry their gastronomic-cultural characteristics with them during migration movement. Tourists who visit a place as a destination through tourism activities may prefer ethnic restaurants opened by immigrants for gastronomic experience. Moreover, the locals of the host country may also patronize these ethnic restaurants in order to experience a different culture and/or a new dining experience. Local entrepreneurs may open ethnic restaurants to gain a share of this. It is possible, local entrepreneurs to seek to facilitate tourists' food consumption by opening ethnic restaurants that offer cuisines that are aligned with or familiar to the culture of tourists. Finally, international companies may open ethnic restaurants in order to introduce more standardized products of internationalized/globalized cuisines. This study will guide future studies on ethnic restaurants, by identifying the correct typology of ethnic restaurants and showing that ethnic restaurants are not singular and homogeneous entities. Clarifying the motivations and driving factors associated with different entrepreneurial profiles will play a key role in guiding new actors that may join the ethnic restaurant sector. In the future, the study is intended to be empirically structured.

Keywords: Ethnic restaurants, typology, immigrant, entrepreneur, tourism.

“Yemek Bir Yolculuktur”: Gastroturizmin Deneyimsel Boyutunun Kavramsal Bir Çözümlemesi

Öğr. Gör. Didem UZUN

Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO., Turizm Rehberliği Bölümü
didemuzun@bingol.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6997-5867

Prof. Dr. Şimal YAKUT AYMANKUY

Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
simalyakut@gmail.com
ORCID: 0000-0003-1033-6424

Özet

Bu çalışmanın amacı, deneyim temelli turizm paradigması çerçevesinde gastronomi turizminin çok katmanlı yapısını ve kültürel değer oluşturmadaki rolünü analiz etmektedir. Deneyim temelli turizm geleneksel turizm anlayışından farklıdır. Bu bağlamda deneyim temelli turizm; duygusal, duygusal, estetik ve sembolik katmanlarla şekillenmekte ve kişiselleştirilmiş seyahat biçimlerine odaklanmaktadır. Gastronomi turizmi, sadece fiziksel bir tüketim pratiği değil, aynı zamanda kültürel kimlik inşası, yerel anlatıların aktarımı ve anlam üretimi açısından işlevsel bir deneyim modeli haline gelmiştir. Deneyim ekonomisini literatüre kazandıran yazarlar Pine ve Gilmore'dur (1999). Bu yazarların deneyim ekonomisi kuramı temel alınarak, yeme içme eyleminin tat, koku, görsellik, anlatı ve mekânsal atmosfer gibi çok duyulu unsurlar aracılığıyla nasıl dönüştürücü bir yaşantıya evrildiği açıklanmak istenmiştir. Gastronomi turizmi ve gastroturizm kavramları birbirine çok yakın olsalar da farklı anlamlar taşımaktadır. Gastronomi turizmi planlı ve destinasyon bazlı bir yapıdadır. Gastroturizm ise daha bireysel ve deneyimsel bir yapı taşımaktadır. Gastroturizmi tanımlamak gerekirse hem bireysel katılımı hem de kültürel etkileşimi teşvik eden, otantiklik, duygusal yoğunluk ve hatırlanabilirlik gibi bileşenler üzerinden şekillenen bir mikro-turizm türü olarak ele alınmaktadır. Schmitt'in (1999) yılında yapmış olduğu çalışmada deneyim boyutları (duygusal, duygusal, düşünsel, davranışsal ve ilişkisel) gastronomi turizminin analizinde temel referans çerçevesi olarak kullanılmaktadır. Çalışma, gastronomi deneyiminin yalnızca tat alma ile sınırlı olmadığını; aynı zamanda kimlik oluşturma, toplumsal bağları pekiştirme ve mekânsal hafızayı güçlendirme gibi etkiler yarattığını göstermektedir. Coğrafi işaretli ürünler, yerel mutfaka özgü lezzetler ve sahnelenmiş otantiklik uygulamaları, destinasyonların marka değerini artırmakta ve sürdürülebilir kültürel gelişime katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda gastronomi turizmi, deneyim odaklı turizmin en önemli alanlarından biri olarak öne çıkmakta; bireylerin kültürü deneyimlediği, anlam oluşturduğu ve duygusal bağlar kurduğu özgün turistik deneyimler sunmaktadır. Çalışma kavramsal boyutta hazırlanmıştır. Birincil veri analizi yöntemi olarak literatür taranmış, doküman analizi yöntemi kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastroturizm, deneyim temelli turizm, deneyim ekonomisi.

“Food is a Journey”: A Conceptual Analysis of the Experiential Dimension of Gastrotourism

Abstract

The aim of this study is to analyze the multi-layered structure of gastronomy tourism and its role in creating cultural value within the framework of the experience-based tourism paradigm. Experience-based tourism is different from the traditional tourism approach. In this context, experience-based tourism is shaped by emotional, sensory, aesthetic and symbolic layers and focuses on personalized travel styles. Gastronomy tourism has become not only a physical consumption practice but also a functional experience model in terms of cultural identity construction, transmission of local narratives and production of meaning. The authors who brought the experience economy to the literature are Pine and Gilmore (1999). Based on the experience economy theory of these authors, it is aimed to explain how the act of eating and drinking evolves into a transformative experience through multi-sensory elements such as taste, smell, visibility, narrative and spatial atmosphere. Although the concepts of gastronomy tourism and gastrotourism are very close to each other, they have different meanings. Gastronomy tourism is planned and destination-based, while gastrotourism is more individual and experiential. Gastrotourism can be defined as a type of micro-tourism that encourages both individual participation and cultural interaction, shaped by components such as authenticity, emotional intensity and memorability. In the study conducted by Schmitt (1999), experience dimensions (sensory, emotional, intellectual, behavioral and relational) are used as the basic reference frame in the analysis of gastronomy tourism. The study shows that the gastronomic experience is not limited to taste alone; it also creates effects such as identity formation, strengthening social ties and strengthening spatial memory. Geographically indicated products, local cuisine-specific flavors and staged authenticity practices increase the brand value of destinations and contribute to sustainable cultural development. In this context, gastronomy tourism stands out as one of the most important areas of experience-oriented tourism; it offers unique tourist experiences where individuals experience culture, create meaning and establish emotional bonds. The study was designed at a conceptual level. The primary data analysis method was literature review and document analysis.

Keywords: Gastrotourism, experience-based tourism, experience economy.

KAYNAKÇA

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business Press.

Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. The Free Press, New York

Dijital Gastronominin Görsel Yüzü: Foodstagramming ve İlgili Kavramların Bibliyometrik Analizi

Arş. Gör. İbrahim YILMAZ

Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ibrahimyilmaz@karabuk.com
ORCID: 0000-0002-3498-1439

Özet

Dijitalleşmenin etkisi, neredeyse hayatın bütün alanlarında görülmekte iken gastronomi kültürüne etkisi de bu değişimden nasibini almaktadır. Bu bağlamda, yemek fotoğraflarının çekilmesi ve sosyal ağ sitelerinde yayınlanması olarak tanımlanan “foodstagramming” kavramı literatürde dikkat çeken bir fenomen haline gelmiştir. Bu çalışmanın amacı yükselen bir kavram olan “foodstagramming” ifadesinin ve ilişkili kavramlar (örneğin; food photography, Instagram food content, foodporn, user-generated food visuals) etrafında şekillenen literatürün sistematik bir yaklaşım ile analiz edilerek alandaki boşluklar, eğilimler ve temel temaların ortaya konulmasıdır. Analiz sürecinde kolay ulaşılabilir arayüzü basit kullanımı nedeniyle RStudio tabanlı Biblioshiny uygulamasından yararlanılmıştır. Veriler kaliteli ve yüksek nitelikli yayınların yer aldığı Web of Science veri tabanından elde edilmiştir. Veriler belirlenirken yalnızca İngilizce makaleler filtrelenmiş ve (“foodstagramming” OR “food photography” OR “food sharing” OR “Instagram food” OR “food visuals” OR “culinary social media” OR “food content creation” OR “digital food culture” OR “food tourism” OR “foodporn” OR “food influencers”) AND (“Instagram” OR “social media” OR “user-generated content”) şeklinde belirlenen foodstagramming kavramı ile ilişkili olduğu düşünülen anahtar sözcükler kullanılmıştır. Tarama sonucunda 104 makale belirlenmiş olup bu makaleler 2015 ile 2025 yılları arasında yayınlanmış makalelerdir. Elde edilen bulgular neticesinde son 10 yılda makale sayısında hızlı bir artış görülmüş özellikle 2019 yılı sonrası bu artış oranı dramatik bir şekilde artarak devam etmiştir. Ayrıca çalışmada, en etkili yazarlar, en fazla atıf alan çalışmalar, en çok yayın yapan ülkeler ve kurumlar ile öne çıkan dergiler belirlenmiş; konuya disiplinlerarası ilginin arttığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda çalışma hem mevcut literatürün fotoğrafını çekmekle kalmamış, buna ek olarak hangi temaların daha çok kullanıldığı hangi alanların daha az çalışıldığı belirlenerek alanda çalışacak akademik personele yol gösteren bütüncül bir katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Foodstagramming, dijital gastronomi, bibliyometrik analiz.

The Visual Face of Digital Gastronomy: Bibliometric Analysis of Foodstagramming and Related Concepts

Abstract

The impact of digitalization is evident in almost all areas of life, and gastronomic culture is also affected by this change. In this context, the concept of “foodstagramming,” defined as taking photos of food and posting them on social networking sites, has become a noteworthy phenomenon in the literature. The aim of this study is to systematically analyze the literature surrounding the emerging concept of “foodstagramming” and related concepts (e.g., food photography, Instagram food content, foodporn, user-generated food visuals) to identify gaps, trends, and key themes in the field. During the analysis process, the RStudio-based Biblioshiny application was used due to its easily accessible interface and simple usage. Data was obtained from the Web of Science database, which contains high-quality publications. When determi-

ning the data, only English articles were filtered and keywords related to the concept of “foodstagramming” defined as (“foodstagramming” OR “food photography” OR “food sharing” OR “Instagram food” OR “food visuals” OR “culinary social media” OR “food content creation” OR “digital food culture” OR “food tourism” OR ‘foodporn’ OR “food influencers”) AND (“Instagram” OR “social media” OR “user-generated content”). The search identified 104 articles published between 2015 and 2025. The findings reveal a rapid increase in the number of articles over the last 10 years, with this growth rate accelerating dramatically since 2019. Furthermore, the study identified the most influential authors, the most cited studies, the countries and institutions with the highest number of publications, and the leading journals; it was found that interdisciplinary interest in the subject has increased. In this context, the study not only captures the current state of the literature but also provides a comprehensive contribution by identifying which themes are more frequently used and which areas are less studied, thereby guiding academic personnel working in the field.

Keywords: Keywords: Foodstagramming, digital gastronomy, bibliometric analysis.

Sosyal Kontrol Teorisi Kapsamında Skinnytok: Yeme Bozukluğu mu? Akım mı?

Lisansüstü Öğrenci, Tuğba ŞEVİK

İstanbul Kent Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
235051016@ogr.kent.edu.tr
ORCID: 0009-0008-5744-3992

Dr. Öğr. Üyesi Hilal KESKİN

İstanbul Kent Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakóltesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
hilal.keskin@kent.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4366-8177

Özet

Bu çalışma, dijital medya çağında beden algısının şekillenmesinde TikTok platformunda öne çıkan “Skinnytok” içeriklerinin etkisini, Sosyal Kontrol Teorisi çerçevesinde ve gastronomi disiplini bağlamında ele almayı amaçlamaktadır. “Skinnytok” etiketiyle yayılan içerikler, yalnızca estetik dayatmalarla sınırlı kalmayıp, bireylerin beslenme pratiklerini, yeme davranışlarını ve dolayısıyla günlük yemek kültürünü de doğrudan etkilemektedir. Özellikle genç bireylerin yoğun olarak etkileşimde bulunduğu bu içerikler, zayıflığın idealize edilmesini teşvik ederken, aynı zamanda toplumsal normları yeniden üreten birer gastronomik yönlendirme aracı olarak da işlev görebilmektedir. Araştırma kapsamında seçilen TikTok videoları sistematik şekilde arşivlenmiş ve ATLAS.ti yazılımı ile tematik analiz süreci başlatılmıştır. Analizlerde, içeriklerin hangi temalar çerçevesinde yoğunlaştığı, bu temaların beden politikaları, beslenme davranışları ve gastronomik söylemlerle nasıl ilişkilendiği değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucunda, sosyal medya içeriklerinin yalnızca dijital tüketim kültürünü değil, aynı zamanda bireylerin gastronomik tercihlerini nasıl şekillendirdiği ve görünmeyen sosyal kontrol mekanizmalarının beslenme kültürü üzerindeki etkisi açığa çıkarılması hedeflenmektedir. Bu yönüyle çalışma, dijital platformların yeme-içme alışkanlıkları, beden normları ve gastronomik davranışlar üzerindeki etkisini irdeleyerek alana özgün bir katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital gastronomi, beden algısı, skinnytok, sosyal kontrol, yeme davranışı.

Skinnytok in the Context of Social Control Theory: Eating Disorder? Trend?

Abstract

This study aims to examine the influence of “Skinnytok” content, which has gained popularity on TikTok, through the lens of Social Control Theory and within the context of gastronomy. The videos tagged under “Skinnytok” not only reinforce aesthetic ideals but also directly impact individuals’ eating habits, nutritional behaviors, and daily food culture. Especially among young users, these digital contents glorify thinness and act as tools of gastronomic guidance that reproduce societal norms related to body and food. For this research, videos under the “Skinnytok” hashtag have been systematically archived and analyzed using the ATLAS.ti qualitative analysis software. The thematic analysis focuses on identifying key patterns and investigating how these themes relate to body politics, food behavior, and gastronomic discourses. The study aims to reveal how social media content shapes not only digital consumption culture but

also individual gastronomic preferences, and how invisible mechanisms of social control influence contemporary eating culture. In this respect, the research intends to offer an original contribution to the field by exploring the effects of digital platforms on eating and drinking habits, body norms, and gastronomic behaviors.

Keywords: Digital gastronomy, body image, skinnytok, social control, eating behavior.

Yemek Adlarıyla Çocuklara Seslenmek: Çocuk Menülerinde Biçimsel ve Anlamsal İsimlendirme

Lisansüstü Öğrenci, Muhammed Yağız ÖNSOY

Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
muhammedyagizonsoy@anadolu.edu.tr
ORCID: 0009-0001-7114-0380

Doç. Dr. Merve ÖZGÜR GÖDE

Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
merveozgurgode@anadolu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-7315-4284

Özet

Bu çalışmanın amacı, yiyecek içecek işletmelerinin çocuk menülerinde yer alan yemek isimlendirmelerini inceleyerek, yemeklere verilen adların biçimsel ve anlamsal özelliklerini ortaya koymaktır. Araştırma kapsamında Türkiye’de faaliyet gösteren zincir restoranlar, aile restoranları ve çocuk temalı kafelere ait çevrimiçi menülerden elde edilen 30 yemek adı nitel araştırma yaklaşımıyla analiz edilmiştir. Veri toplama sürecinde amaçlı örnekleme tekniği kullanılmış, analiz aşamasında ise içerik analizi ve tematik analiz yöntemlerinden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgular, incelenen yemek isimlerinin büyük çoğunluğunun kısa, tanımsız ve tematik açıdan zayıf ifadelerden oluştuğunu göstermektedir. Menü adlarının çocuklara yönelik ilgiyi artıracak biçimsel yaratıcılık, dilsel etki ya da anlam derinliğinden yoksun olduğu görülmüştür. Bu bağlamda, çocuk menülerinin yalnızca ürün sunumu değil; aynı zamanda hedef kitleyle iletişim kurma aracı olduğu gerçeği göz önünde bulundurularak, daha dikkatli ve stratejik bir isimlendirme yaklaşımının benimsenmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Çocuk menü, menü tasarımı, menü isimlendirme, isimlendirme stratejileri, restoran.

Calling Children by Food Names: Formal and Semantic Labelling in Children's Menus

Abstract

The aim of this study is to examine the formal and semantic characteristics of the names given to the dishes by examining the names of the dishes in the children's menus of food and beverage business. Within the scope of the study, 30 food names obtained from the online menus of chain restaurants, family restaurants and children-themed cafes operating in Türkiye were analyzed with a qualitative research approach. Purposive sampling technique was used in the data collection process, and content and thematic analysis methods were used in the analysis phase. The findings show that the majority of the food names analyzed consisted of short, undefined and thematically weak expressions. It was observed that the menu names lacked the formal creativity, linguistic impact or depth of meaning that would increase interest in children. In this context, it is suggested that a more careful and strategic naming approach should

be adopted, taking into account the fact that children's menus are not only a product presentation but also a means of communicating with the target audience.

Keywords: Children's menu, menu design, menu labelling, menu labelling strategies, restaurant.

Gastronomi Turizminde Rota Önerisi: Manisa Örneği

Bilim Uzmanı, Merve AKSOY

merve_aksoy1993@hotmail.com
ORCID: 0000-0001-8133-2696

Bilim Uzmanı, Cemre TOKATLI

cemre.tokatli94@outlook.com
ORCID: 0000-0002-1597-2166

Prof. Dr. Volkan ALTINTAŞ

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
volkan.altintas@ikcu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2450-0347

Özet

Turizm sektörü, dinamik yapısı gereği sürekli değişen ve gelişen bir alan olarak bilinmektedir. Günümüz dünyasında yaşanan her türlü gelişme turizm sektörünü yakından etkilemekte ve bu durum turistlerin beklenti ve ihtiyaçlarının da farklılaşmasına neden olmaktadır. Bu zamanlara kadar popüler olan 3S turizmi (deniz, kum, güneş) artık yerini alternatif turizm anlayışına bırakmıştır. Özellikle pandemi sonrası süreçte turistler alternatif turizm çeşitlerine yönelmişlerdir. Gastronomi turizmi de son dönemlerde dikkat çeken ve turistler tarafından tercih edilen bir turizm çeşidi haline gelmiştir. Özellikle iyi yemek merakı olan turistler, yöresel yemekleri deneyimlemek, yapılışını görmek, mutfak kültürünü tanımak için yaşadıkları yerlerden başka yerlere seyahat etmeye başlamıştır. Zaman içerisinde turizm faaliyetlerinin farklılaşması yeme-içme ihtiyaçlarının da farklılaşmasına yol açmış ve sadece lezzet deneyimleme odaklı turizm faaliyetleri de yapılmıştır. Merak edilen, ilgi duyulan lezzetlerin yerinde deneyimlenmesi daha kıymetli olmaya başlamıştır. Bir destinasyon olarak Manisa tarihi ve kültürel zenginlikleri bakımından birçok turistik özellikleri bünyesinde barındırmaktadır. Ancak gastronomi turizmi bakımından ele alındığında da köklü bir mutfak kültürüne sahiptir. Şehzadeler kenti olarak bilinen şehir Osmanlı İmparatorluğu'nda önemli olan birkaç şehirden biridir. Osmanlı İmparatorluğu'nun en önemli padişahlarının da içlerinde bulunduğu birçok şehzade eğitim süreci boyunca Manisa Sarayına gönderilmiş ve eğitim görmüştür. Bu sebeple de başta saray mutfağı olmak üzere Manisa mutfak kültürü köklü bir geçmişe sahiptir. Bu çalışmada il olarak gastronomi turizmine ve Manisa mutfak kültürüne değinilmiştir. Devamında ise bölgeye ziyaret gelen yerli ve yabancı turistlerin deneyimleyebilecekleri Manisa'nın yerel lezzetleri ve coğrafi işaretli ürünleri ele alınarak, lezzet rotası önerileri ve bu rotaların yanı sıra Manisa'nın kültürel ve turistik değerlerini gezip görebilecekleri tarihi, doğal ve kültürel rotalar da sunulmuştur. Manisa gastronomisi konusunda yapılan araştırmaların literatürde sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Bu sebeple çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma, Manisa'nın gastronomi potansiyelini ortaya çıkarmak, bu potansiyeli geliştirmek ve bölgenin turizm çekiciliğini artırmak amacıyla yapılmıştır. Manisa'nın zengin mutfak kültürünün incelenmesi ve bu kültürün gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi, bölgenin ekonomik ve kültürel kalkınmasına katkı sağlayacaktır. Bu çalışmanın amacı, Manisa'nın gastronomi rotalarını tanımlamak ve bu rotaların bölgeye sağlayacağı ekonomik ve kültürel faydaları analiz etmektir. Çalışma sonucunda Manisa lezzet rotaları hakkında yerel yönetimlere, yerel halka, paydaşlara öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, lezzet rotaları, Manisa.

Route Recommendation for Gastronomic Tourism: The Case of Manisa

Abstract

The tourism sector is known as a constantly changing and developing field due to its dynamic structure. Every development in today's world closely affects the tourism sector, and this situation causes the expectations and needs of tourists to diversify. The 3S tourism (sea, sand, sun) that has been popular until now has given way to an alternative tourism approach. Especially in the post-pandemic period, tourists have turned to alternative types of tourism. Gastronomic tourism has also become a type of tourism that has attracted attention and been preferred by tourists in recent years. Tourists who are particularly interested in good food have started to travel to places other than where they live to experience local cuisine, see how it is made, and learn about the culinary culture. Over time, the diversification of tourism activities has led to the diversification of food and beverage needs, and tourism activities focused solely on taste experiences have also emerged. Experiencing the tastes that are of interest and curiosity in their place of origin has become more valuable. As a destination, Manisa has many tourist attractions in terms of its historical and cultural richness. However, when it comes to gastronomic tourism, it also has a deep-rooted culinary culture. Known as the city of princes, Manisa is one of the few cities that were important in the Ottoman Empire. Many princes, including some of the most important sultans of the Ottoman Empire, were sent to the Manisa Palace for their education. For this reason, Manisa's culinary culture, especially its palace cuisine, has a deep-rooted history. This study focuses on gastronomic tourism and Manisa's culinary culture. It then discusses Manisa's local delicacies and geographically indicated products that local and foreign tourists visiting the region can experience, and offers suggestions for culinary routes and historical, natural, and cultural routes where they can see Manisa's cultural and tourist attractions. A literature review reveals that there are only a limited number of studies on Manisa's gastronomic delicacies. Therefore, it is believed that this study will contribute to the literature. The research was conducted with the aim of revealing Manisa's gastronomic potential, developing this potential, and increasing the region's tourism appeal. The examination of Manisa's rich culinary culture and its evaluation in terms of gastronomic tourism will contribute to the economic and cultural development of the region. The aim of this study is to define Manisa's gastronomic routes and analyse the economic and cultural benefits these routes will bring to the region. As a result of the study, recommendations regarding Manisa's culinary routes were presented to local administrations, the local community, and stakeholders.

Keywords: Gastronomy tourism, food routes, Manisa.

Ödemiş'in Kırsal Üretimini İzmir Gastronomisine Entegrasyonu

Öğrenci, Alihan AYDIN

İzmir Ekonomi Üniversitesi, Uygulamalı Yönetim Bilimleri Yüksekokulu,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
alihan.aydin@std.izmirekonomi.edu.tr
ORCID: 0009-0002-6194-9968

Öğr. Gör. Aypar SATI

İzmir Ekonomi Üniversitesi, Uygulamalı Yönetim Bilimleri Yüksekokulu,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
aypar.sati@ieu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-9549-196X

Özet

İzmir's culinary identity has long been shaped by its rich agricultural heritage, traditional farming methods, and cultural diversity. Among these towns, Ödemiş stands out with its strong agricultural background, historical food traditions, and distinctive local products. This study mainly focuses on bringing the rural production of Ödemiş closer to the gastronomic culture of İzmir. Considering this richness, the main goal of this research is to explore how the rural products and traditional food culture of Ödemiş can be better integrated into İzmir's gastronomy. Within the context of the research, a qualitative approach was chosen, and data were collected through semi-structured interviews with 17 participants from different backgrounds, including local producers, chefs, restaurant owners, and dairy producers in Ödemiş. The participants were intentionally selected to represent a wide range of experiences and views about the region's gastronomic potential, challenges, and opportunities. The results demonstrate that Ödemiş has significant potential, due to its high-quality agricultural products such as potatoes, olives, dairy products, and locally famous dishes like Ödemiş Meatballs and Töngül Pide. Despite this potential though, participants mentioned several barriers, such as insufficient marketing activities, ineffective cooperative systems, lack of promotional events, and problems in transportation. They also emphasized concerns about younger generations gradually losing connection with traditional cuisine. Participants suggested practical solutions to overcome these barriers, including organizing local fairs and festivals, establishing stronger collaborations between producers and chefs, improving logistics infrastructure, and using social media more actively for promotion. They highlighted the necessity of better support from local authorities and the government to enhance the region's food tourism potential. Overall, the study reveals that successfully integrating Ödemiş's rural products into İzmir's gastronomy would not only enrich the culinary identity of İzmir but also positively impact rural development, helping preserve the local culinary heritage for future generations.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, İzmir mutfağı, kırsal kalkınma, Ödemiş, gastronomi turizmi.

Integration of Ödemiş's Rural Production into İzmir's Gastronomy

Abstract

İzmir gastronomisi, çevresindeki ilçelerin zengin tarımsal üretimi, geleneksel üretim yöntemleri ve kültürel çeşitliliğiyle şekillenmiştir. Bu ilçeler arasında Ödemiş, tarımsal zenginliği, özgün ürünleri, tarihî yemek kültürü ve güçlü gastronomik gelenekleriyle ön plana çıkmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, Ödemiş ilçesinin kırsal üretim potansiyelinin İzmir'in gastronomi kültürüne daha güçlü bir biçimde entegre edilmesini sağlamaktır. Çalışmada, Ödemiş'in tarımsal üretim kapasitesi, yöreye özgü ürünler ve geleneksel yemeklerin İzmir gastronomisi ve gastronomi turizmine nasıl daha iyi entegre edilebileceği incelenmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiş olup veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşmeler kullanılmıştır. Ödemiş'te farklı meslek gruplarından, aralarında yerel üreticiler, restoran sahipleri, aşçılar ve süt ürünleri işletmecilerinin yer aldığı toplam 17 katılımcıyla görüşmeler yapılmıştır. Katılımcılar, bölgenin gastronomik potansiyeli, karşılaşılan engeller ve mevcut fırsatlar konusunda geniş bir perspektif sunacak şekilde seçilmiştir. Araştırma bulguları, Ödemiş'in gastronomik açıdan önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Yöreye özgü patates, zeytin, süt ürünleri gibi tarımsal ürünlerin yanı sıra, Ödemiş köftesi ve Töngöl Pide gibi bölgesel tanınırlığa sahip yemeklerin de İzmir gastronomisine daha iyi entegre edilmesi mümkün görünmektedir. Diğer yandan katılımcılar, pazarlama faaliyetlerinin yetersiz olması, kooperatif sistemlerinin etkisiz çalışması, tanıtım faaliyetlerinin eksikliği ve lojistik altyapı sorunları gibi engellerin bu potansiyelin hayata geçmesini sınırladığını ifade etmişlerdir. Ayrıca genç kuşakların yöresel mutfak kültürüne ilgisinin azalmasının da kültürel sürdürülebilirliği tehdit ettiği dile getirilmiştir. Katılımcılar, bu sorunların aşılması için yöresel ürünlerin tanıtılacağı fuar ve festivallerin düzenlenmesini, üretici ve şefler arasında işbirliklerinin güçlendirilmesini, lojistik altyapının iyileştirilmesini ve sosyal medya gibi dijital tanıtım araçlarının etkin kullanımını önermiştir. Ayrıca gastronomi turizminin gelişimi için yerel yönetimlerin ve kamunun desteğinin önemini vurgulamışlardır. Sonuç olarak, Ödemiş kırsal üretiminin İzmir gastronomisine etkili bir biçimde entegre edilmesi, yalnızca İzmir mutfağının zenginleşmesine değil, aynı zamanda kırsal kalkınmaya ve yöresel yemek kültürünün gelecek nesillere aktarılmasına da önemli katkılar sağlayacaktır.

Keywords: Gastronomy, İzmir cuisine, rural development, Ödemiş, gastronomy tourism.

Taste Douze Points: Eurovision’da İkramlarla Temsil

Lisansüstü Öğrenci, Sedanur AKKOÇ

Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
sedanurakkoc@anadolu.edu.tr
ORCID: 0009-0008-6909-8591

Prof. Dr. Hakan YILMAZ

Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
hyilmaz5@anadolu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-8512-2757

Özet

Bu çalışma, Eurovision Şarkı Yarışması'nda sunucular tarafından yarışmacı ülke temsilcilerine gerçekleştirilen gastronomik sunumların kültürel anlamlarını ve bu sunumların ulusal kimlik ile kültürel temsil süreçlerindeki işlevlerini incelemektedir. Araştırmanın amacı, gastronomik öğelerin arkasında yatan kültürel bağlamları ve sunum biçimlerini analiz ederek, bu öğelerin ev sahibi ülkelerin uluslararası düzeyde kendini tanııtma stratejileri içindeki rolünü ortaya koymaktır. Araştırmada, Eurovision'un 1956 yılından itibaren canlı yayınlanan büyük finalleri ve 2004 yılından itibaren yayınlanan yarı finalleri incelenmiştir. Veriler, belirlenen yıllara ait canlı yayınlardan toplanmış ve gastronomi alanında uzman üç kişiyle yapılan görüşmelerle desteklenmiştir. Analiz sürecinde, gastronomik öğeler Roland Barthes'ın göstergebilimsel yaklaşımı kullanılarak incelenmiştir. Bulgular, gastronomik sunumların yalnızca bir ikram eylemi değil; aynı zamanda ev sahibi ülkelerin kültürel değerlerini görünür kılan ve yumuşak güç stratejilerine hizmet eden temsili araçlar olduğunu göstermektedir. Ayrıca, yerel lezzetlerin sunulması, katılımcıların kendilerini değerli ve kabul görmüş hissetmelerine katkı sağlarken, uluslararası dostluk bağlarını güçlendirmiştir. Gelecek yıllarda, gastronomik öğelerin çeşitliliğinin artırılması ve kültürel mutfak miraslarına daha fazla yer verilmesi, kültürel temsil açısından önemli fırsatlar sunabilir. Bu bağlamda, ev sahibi ülkelerin ikramlarının yerel ve çevre dostu kaynaklardan temin edilmesi, gastronominin bir diplomasi aracı olarak konumlandırılmasına katkıda bulunacaktır. Ayrıca, gastronomik sunumların tarihsel ve kültürel hikâyelerine yer verilmesi, sunumların derinliğini artırarak izleyicilere daha anlamlı bir bağ kurma fırsatı sunacaktır.

Anahtar Kelimeler: Eurovision şarkı yarışması, gastrodiplomasi, kültürel temsil.

Taste Douze Points: Representation with Treats at Eurovision

Abstract

This study examines the cultural meanings of the gastronomic presentations made by the presenters to the representatives of the competing countries in the Eurovision Song Contest and their functions in the processes of national identity and cultural representation. The aim of the research is to analyze the cultural contexts behind gastronomic items and presentation styles, and to reveal the role of these items in the self-promotion strategies of host countries at the international level. In the study, Eurovision grand finals broadcast live since 1956 and semi-finals broadcast since 2004 were analyzed. The data were collected systematically from the broadcasts of the specified years and supported by interviews with three experts in the field of gastronomy. In the analysis process, gastronomic elements were analyzed using Roland Barthes' semiotic approach. The findings show that gastronomic presentations are not only an act

of catering, but also representational tools that make host countries' cultural values visible and serve soft power strategies. Moreover, the presentation of local delicacies contributed to the participants feeling valued and accepted, and strengthened the bonds of international friendship. In the coming years, increasing the diversity of gastronomic elements and giving more space to cultural culinary heritages may offer important opportunities in terms of cultural representation. In this context, sourcing host countries' catering from local and environmentally friendly sources will contribute to the positioning of gastronomy as a diplomacy tool. In addition, including historical and cultural stories of gastronomic presentations will increase the depth of the presentations and provide viewers with the opportunity to make a more meaningful connection.

Keywords: Eurovision song contest, gastrodiploMACy, cultural representation.

XVII. Yüzyıl Hollanda Sanatında Gastronomi Temsili

Prof. Dr. Hakan YILMAZ

Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
hyilmaz5@anadolu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-8512-2757

Lisansüstü Öğrenci, Bedirhan AYTEN

Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
bedirhanayten@anadolu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-3287-8286

Lisansüstü Öğrenci, Sedanur AKKOÇ

Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
sedanurakkoc@anadolu.edu.tr
ORCID: 0009-0008-6909-8591

Lisansüstü Öğrenci, İbrahim ARMUTOĞLU

Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
ibrahimarmutoglu@anadolu.edu.tr
ORCID: /0009-0000-9161-550X

Özet

Protestan Reformu sonrasında sekülerleşen sanat ortamı, dini temaların yerini gündelik yaşam sahneleri ve yiyecek betimlemelerine bırakmış; bu değişim, sanatta simgesel ve tematik çeşitliliği beraberinde getirmiştir. Hollanda'nın denizası ticaretle artan refahı, Çin porseleni, Türk halıları ve egzotik meyveler gibi lüks tüketim unsurlarının sanat eserlerine yansımaya neden olmuştur. Bu bağlamda, araştırmada Rijksmuseum'un çevrimiçi koleksiyon kataloğu, gıda ve mutfak temalı anahtar sözcükler aracılığıyla taranmış; ulaşılan eserler uzman görüşleri doğrultusunda değerlendirilerek amaçlı örnekleme yöntemiyle tablo listesi oluşturulmuştur. Seçilen beş eser (Vermeer, Steen, Luttichuys, Mignon ve van Schooten'e ait) Roland Barthes'ın düz ve yan anlam kavramlarına dayalı göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle incelenmiştir. Eserlerde yer alan limon, nar, üzüm, süt ve ekmek gibi gıda öğeleri; yalnızca estetik unsurlar olarak değil, aynı zamanda geçicilik, bolluk, dini sembolizm ve toplumsal statü gibi temaların taşıyıcıları olan kültürel göstergeler olarak değerlendirilmiştir. Sonuç olarak natürmortların, yalnızca dönemin tüketim kültürünü değil, aynı zamanda zihinsel ve kültürel kodlarını da yansıtan çok katmanlı sanatsal belgeler olduğu ortaya konmuştur. Bu çerçevede, natürmortların gastronomi tarihi, kültürel aktarım ve görsel anlayış açısından önemli bir kaynak niteliği taşıdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Natürmort, semiyotik, gıda, sembolizm, kültür.

Gastronomic Representation in 17th-Century Dutch Art

Abstract

Following the Protestant Reformation, the secularization of the art world led to a shift from religious themes to depictions of daily life and food, bringing about a notable diversification in iconography and subject matter. The prosperity of the Dutch Republic, bolstered by overseas trade, was reflected in artworks through the inclusion of luxury consumer items such as Chinese porcelain, Turkish carpets, and exotic fruits. Within this context, the present study conducted a keyword-based search of the Rijksmuseum's online catalogue using food and kitchen-related terms. The identified artworks were then evaluated through expert opinion, and a purposive sampling method was employed to finalize the selection. The five selected paintings—by Vermeer, Steen, Luttichuys, Mignon, and van Schooten—were analyzed using Roland Barthes' semiotic framework of denotation and connotation. Food items depicted in the paintings, including lemons, pomegranates, grapes, milk, and bread, were interpreted not merely as aesthetic elements but as cultural signifiers that convey themes such as transience, abundance, religious symbolism, and social status. Ultimately, the study reveals that still life's are not only visual representations of the period's consumer culture but also multilayered artistic documents that reflect the intellectual and cultural codes of the era. In this regard, still life paintings are affirmed as valuable sources for understanding the history of gastronomy, cultural transmission, and visual ideology.

Keywords: Still life, semiotics, food, symbolism, culture.

Akıllı Fırınların Geliştirilmesinde Yapay Zekânın Rolü

Lisansüstü Öğrenci Sedanur AKKOÇ

Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
sedanurakkoc@anadolu.edu.tr
ORCID: 0009-0008-6909-8591

Prof. Dr. Hakan YILMAZ

Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
hyilmaz5@anadolu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-8512-2757

Pişirme Performansı Laboratuvarı Takım Lideri, Dr. Rabia Berna DEMİREL

Haier Europe, Ar-Ge Birimi, Pişirme Performans Laboratuvarı
berna.demirel@haier-europe.com
ORCID: 0009-0001-8256-7822

Pişirme Performansı Laboratuvar Uzmanı, Tuğçe ÜNALAN YILMAZ

Haier Europe, Ar-Ge Birimi, Pişirme Performans Laboratuvarı
tugce.yilmaz@haier-europe.com
ORCID: 0009-0001-8305-2230

Pişirme Performansı Laboratuvar Uzmanı, Damla EVRENDİREK ÖZDEMİR

Haier Europe, Ar-Ge Birimi, Pişirme Performans Laboratuvarı
damla.evrendirek@haier-europe.com
ORCID: 0009-0009-2885-2559

Özet

Bu çalışma, ev tipi pişirme teknolojilerinde yapay zekâ tabanlı otomatik pişirme sistemlerinin geliştirilmesinde insan faktörünün kritik rolünü incelemektedir. Araştırmanın temel amacı, Yapay Zekâ sistemlerinin eğitimi sürecinde insan müdahalesinin veri kalitesi, model başarısı ve nihai ürün performansı üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Çalışmada ana kavramlar olarak yapay zekâ, otomatik pişirme, veri seti oluşturma ve insan müdahalesi ele alınmıştır. Araştırmada, Haier Europe firması tarafından yürütölen mevcut çalışma örnekleme olarak seçilmiş; retrospektif inceleme yöntemiyle geçmişte gerçekteşirilen pişirme deneyleri, veri toplama ve etiketleme süreçlerine ilişkin belgeler analiz edilmiştir. Örnekleme, H6 ID46R5YTB serisi fırın-larda 35 farklı tarifi en az 30 tekrar ile pişirilmesiyle oluşturulan geniş bir görsel veri setinden oluşmaktadır. Veriler, laboratuvar ve test ortamlarında, fırın içine yerleştirilen kamera ile her 30 saniyede bir alınan görüntüler aracılığıyla toplanmış; ürün yerleşimi, pişirme aracı ve tarif çeşitliliği sağlanarak veri seti zenginleştirilmiştir. Toplanan görseller, uzmanlar tarafından titizlikle etiketlenmiş ve hatalı veriler ayıklanmıştır. Analizlerde, insan faktörünün özellikle veri setinin çeşitlendirilmesi, doğru etiketlenmesi ve model çıktılarının doğrulanmasında belirleyici olduğu görölmüştür. Ayrıca, pişirme parametrelerinin optimize edilmesi ve kullanıcı deneyiminin artırılması süreçlerinde de insan uzmanlığının vazgeçilmez olduğu saptanmıştır. Araştırmanın bulguları, Yapay Zekâ tabanlı pişirme teknolojilerinin başarısının yalnızca teknik altyapıya değil, insan-makine iş birliğine ve insanın bilişsel katkılarına da bağlı olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, insan uzmanlığı ile makine öğrenmesi süreçlerinin bütünleşik yürütülmesi, veri güvenliği ve etik standartların sağlanması, kullanıcı geri bildirimlerinin sistem geliştirmeye entegre edilmesi önerilmektedir. Bu yaklaşım, Yapay Zekâ tabanlı mutfak teknolojilerinin sürdürülebilir başarısı için kritik öneme sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Yapay zekâ, Haier Europe, insan faktörü, pişirme teknolojileri, otomatik pişirme.

The Role of Artificial Intelligence in the Development of Smart Ovens

Abstract

This study examines the critical role of the human factor in the development of AI-based automated cooking results in home cooking technologies. The main objective of the research is to reveal that the human intervention of the AI analysis training process is present in the data quality, model result and final product performance. The main concepts of the study are artificial intelligence, automatic cooking, data set generation and human intervention. In the study, Haier Europe's ovens were selected as the sample and documents related to past cooking experiments, data collection and labeling processes were analyzed through retrospective review. The sample consists of a large set of visual data generated by cooking 35 different recipes with at least 30 repetitions in H6 ID46R5YTB series ovens. The data was collected in laboratory and test environments through images taken every 30 seconds with a camera placed inside the oven, and the data set was enriched by ensuring product placement, cooking tool and recipe diversity. The collected images were meticulously labeled by experts and erroneous data were removed. In the analysis, the human factor was found to be particularly decisive in diversifying the data set, labeling it correctly and validating the model outputs. In addition, human expertise was found to be indispensable in optimizing cooking parameters and enhancing the user experience. The findings of the study show that the success of AI-based cooking technologies depends not only on technical infrastructure, but also on human-machine collaboration and human cognitive contributions. As a result, it is recommended that human expertise and machine learning processes should be integrated, data security and ethical standards should be ensured, and user feedback should be integrated into system development. This approach is critical for the sustainable success of AI-based kitchen technologies.

Keywords: Artificial intelligence, Haier Europe, human factor, cooking technologies, automatic cooking.

Unutulan Ekmekler: Çorum Pazar Ekmeği Örneği

Öğr. Gör. Ahmet Can GÖKSUN

Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu/Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
ahmetcangoksun@hitit.edu.tr
ORCID: 0009-0006-7438-0183

Doç. Dr. Ali İzzet YILMAZ

Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu/Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
aliizzetyilmaz@hitit.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4513-5518

Özet

Anadolu coğrafyasında binlerce yıldır temel bir besin kaynağı olan ekmeğ, sadece gıda maddesi değil; aynı zamanda kültürel kimliğin ve toplumsal belleğin önemli bir parçasıdır. Neolitik Çağ'dan bu yana sürdürölen bu üretim geleneği, Hititler döneminden günümüze kadar çeşitlenerek devam etmiştir. Çorum iline özgü bir ekmeğ türü olan "Pazar Ekmeği" boş pide formunda olup, taş fırında pişirilmesi, üretiminde un, yaş maya, tuz ve su gibi temel malzemelerin kullanılması ve özellikle et yemeklerinin yanında tüketilmesi ile yörede önemli bir yere sahiptir. Bu çalışmanın temel amacı, Pazar Ekmeği'nin tarihsel, kültürel ve gastronomik boyutlarıyla kapsamlı biçimde incelenerek, bu özgün yerel ürünün belgelenmesi ve tanınırlığının artırılmasına katkı sunmaktır. Geleneksel yerel gıda ürünlerinin belgelenerek korunması, gastronomik çeşitliliğin desteklenmesi ve somut olmayan kültürel miras unsurlarının sürdürülebilirliğine katkı sunması ise çalışmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında nitel veri araştırma yöntemi benimsenmiş ve hâlihazırda Çorum'da Pazar Ekmeği üretimini sürdüren iki yerel fırıncı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler aracılığıyla üretim süreci, geleneksel bilgi aktarımı, tüketim alışkanlıkları ve ürünün yöre halkı açısından kültürel anlamı detaylı biçimde ele alınmıştır. Araştırma neticesinde Pazar Ekmeği'nin yöresel birçok yemeğin yanında tüketildiği ve yerel lokantalara tedarik edilen önemli bir ekmeğ çeşidi olduğu, buna rağmen geçmişten günümüze günlük üretimin giderek azaldığı tespit edilmiştir. Araştırma bulguları, Pazar Ekmeği üretiminin çeşitli sorunlarla karşı karşıya olduğunu da ortaya koymuştur. Özellikle fırın sayısının artmasıyla oluşan yoğun rekabet ortamının geleneksel üreticilerin ekonomik sürdürülebilirliğini olumsuz etkilediği, gıda mevzuatındaki kısıtlayıcı düzenlemeler, un kalitesindeki düşüş ve insanların tek tip ekmeğ tüketimine yönelmesinin geleneksel ürün çeşitliliğini tehdit ettiği, genç nesillerin bu mesleğe ilgi göstermemesi nedeniyle geleneksel bilgi aktarımını kesintiye uğrattığı, modern işletmelerin yaygınlaşması ile Pazar Ekmeği'nin kullanım alanının daraldığı tespit edilmiştir. Bu çerçevede, Pazar Ekmeği gibi yöresel ürünlerin korunarak gelecek kuşaklara aktarılabilmesi için, yalnızca sözlü kültüre dayalı bilgi aktarımının yeterli olmadığı; bu üretim pratiklerinin sistematik biçimde belgelenmesi, arşivlenmesi ve kamusal farkındalık çalışmalarıyla desteklenmesinin kültürel mirasın sürdürülebilirliği açısından önemli katkılar sağlayacağı öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, sürdürülebilirlik, kültürel miras, Çorum mutfağı, Pazar ekmeği

Forgotten Breads: The Example of orum Pazar Bread

Abstract

Bread, which has been a staple food source in Anatolia for thousands of years, is not only a food item but also an important part of cultural identity and social memory. This production tradition, which has been carried on since the Neolithic Age, has continued to diversify from the Hittite period to the present day. 'Pazar Ekmeği,' a type of bread unique to the province of orum, is a hollow flatbread baked in a stone oven. It is made using basic ingredients such as flour, fresh yeast, salt, and water, and is particularly important in the region as it is consumed alongside meat dishes. The main objective of this study is to comprehensively examine the historical, cultural, and gastronomic dimensions of Pazar Bread, documenting this unique local product and contributing to its increased recognition. The secondary objectives of the study include documenting and preserving traditional local food products, supporting gastronomic diversity, and contributing to the sustainability of intangible cultural heritage elements. A qualitative research method was adopted for the study, and semi-structured interviews were conducted with two local bakers who currently produce Pazar Bread in orum. Through these interviews, the production process, traditional knowledge transfer, consumption habits, and the cultural significance of the product for the local community were examined in detail. The research revealed that Pazar Bread is consumed alongside many local dishes and is an important type of bread supplied to local restaurants, yet daily production has steadily decreased from the past to the present. The research findings also highlighted that Pazar Bread production faces various challenges. In particular, it was found that the intense competition resulting from the increase in the number of bakeries has negatively affected the economic sustainability of traditional producers, restrictive regulations in food legislation, the decline in flour quality, and people's tendency to consume a single type of bread threaten traditional product diversity, and the lack of interest in this profession among younger generations has interrupted the transfer of traditional knowledge. and the expansion of modern businesses has narrowed the scope of use for Market Bread. In this context, it is anticipated that systematic documentation and archiving of these production practices, supported by public awareness campaigns, will make significant contributions to the sustainability of cultural heritage, as oral tradition alone is insufficient for the preservation and transmission of regional products such as Market Bread to future generations.

Keywords: Gastronomy, sustainability, cultural heritage, orum cuisine, Pazar bread

Yapay Zekâ ile Gastronomik Deneyimde Duyguların Geleceği: TURK Fatih Tutak Örneğinde Zaman Serisi Temelli Tahminsel Bir Yaklaşım

Dr. Öğr. Üyesi Yusuf BAYRAKTAR

Turizm Fakóltesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Atatürk Üniversitesi
yusuf.bayraktar@atauni.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6625-9320

Özet

Bu çalışma, gastronomi turizmi kapsamında dijital müşteri yorumlarını yapay zekâ destekli içerik analizi yoluyla inceleyerek, deneyim temelli tüketici eğilimlerini anlamaya yönelik bir çaba sunmaktadır. Fine-dining segmentinde faaliyet gösteren TURK Fatih Tutak restoranına ait çevrim içi yorumlar, tematik ve duygusal boyutlarıyla analiz edilmiştir. Sunum, servis, fiyat ve ambiyans gibi başlıca temalara odaklanan analizlerde, zaman serisi yaklaşımıyla bu temalara ilişkin eğilimler belirlenmiş; pozitif, nötr ve negatif duygular üzerinden duygu dağılımları ve gelecek 12 aya ilişkin tahminler üretilmiştir. Araştırma, Deneyim Ekonomisi Teorisi, Tüketici Üretimi Kuramı, Dijital Söylem Alanı Kuramı ve Duygu Yönelimli Tüketici Davranışı yaklaşımı çerçevesinde kuramsal olarak temellendirilmiştir. Elde edilen bulgular, gastronomi işletmelerinin yalnızca fiziksel hizmet kalitesine değil, aynı zamanda dijital platformlardaki deneyim anlatılarına da stratejik düzeyde odaklanmaları gerektiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, yapay zekâ, duygu analizi, zaman serisi analizi, fine dining

The Future of Emotions in Gastronomic Experience through Artificial Intelligence: A Time Series-Based Predictive Approach in the Case of TURK Fatih Tutak

Abstract

This study investigates consumer experience trends in gastronomy tourism by analyzing online customer reviews through AI-assisted content analysis. Focusing on TURK Fatih Tutak, a fine-dining restaurant, the research examines user-generated reviews in terms of both thematic (presentation, service, price, ambiance) and emotional (positive, neutral, negative) dimensions. Using a time-series approach, trends in each theme are identified and emotional sentiment predictions for the upcoming 12 months are generated. The theoretical framework is grounded in the Experience Economy Theory, Co-Creation Theory, Digital Discourse Theory, and Emotion-Oriented Consumer Behavior. The findings reveal that gastronomy businesses should not only focus on physical service quality but also strategically engage with digital narratives shaped by consumers in online platforms.

Keywords: Gastronomy tourism, artificial intelligence, sentiment analysis, time-series analysis, fine dining

Malatya Kayısısının Gastronomi Turizmi Açısından Yeri ve Önemi: Kayısı Rotası Önerisi

Lisansüstü Öğrenci, Asena ÇİÇEK

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
asena.cicek@ogr.deu.edu.tr
ORCID: 0009-0007-6618-821

Doç. Dr. Turgay BUCAK

Dokuz Eylül Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
turgaybucak@deu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-4901-2673

Özet

Nowadays, gastronomic elements play a decisive role in tourists' destination choices. Tourism businesses are increasing product diversity in order to appeal to tourists who value naturalness and originality and therefore turn to alternative types of tourism. One concrete example of these diversification efforts is tourism routes or itineraries. The literature clearly highlights the importance of gastronomic tours and culinary routes for the tourism sector. While interest in gastronomic tourism has increased in Turkey in recent years, these tours are largely concentrated in the Mediterranean, Aegean and Southeast Anatolia regions. In this context, the present study aims to develop alternative gastronomy routes for the province of Malatya, located in the Eastern Anatolia Region. Qualitative research methods, specifically the interview technique, were used in the study, and data were collected using a semi-structured interview form. Interviews were conducted with a total of eight participants, including officials from institutions and organisations related to the study. The data obtained were analysed using descriptive analysis methods. As a result of the research, it is aimed that this study will contribute to the effective use of Malatya's gastronomic potential, make the city an attraction in this field, and serve as a guiding resource for gastro-tourists who will undertake gastronomy-focused travel. In this context, the study aims to provide information on which regions should be included and which local products should be experienced within the scope of the proposed apricot route in Malatya.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, gastronomi rotaları, Malatya, kayısı.

The Place and Importance of Malatya Apricots in Gastronomic Tourism: A Suggested Apricot Route

Abstract

Nowadays, gastronomic elements play a decisive role in tourists' destination choices. Tourism businesses are increasing product diversity to appeal to tourists who value naturalness and originality and therefore turn to alternative types of tourism. One concrete example of these diversification efforts is "tourism routes" or "itineraries." The literature clearly highlights the importance of gastronomic tours and culinary routes for the tourism sector. While there has been a noticeable increase in interest in gastronomic tourism in Turkey in recent years, these tours are largely concentrated in the Mediterranean, Aegean, and Southeastern Anatolia regions. In

this context, the present study aims to develop alternative gastronomy routes for the province of Malatya, located in the Eastern Anatolia Region. The study employed the semi-structured interview technique, one of the qualitative research methods, and conducted interviews with a total of eight participants from different professional groups who were anticipated to provide in-depth information on gastronomy tourism. The data obtained were evaluated using content analysis, and the participants' statements were classified under various themes. The fact that participants expressed their opinions on more than one theme is considered a natural result of the multiple coding application commonly used in qualitative research, providing the opportunity for overlap between themes and multidimensional interpretation. The aim of this study is to contribute to the effective use of Malatya's gastronomic potential, to make the city a center of attraction in this field, and to serve as a guiding resource for gastro-tourists who will undertake gastronomy focused travel. In this context, the study aims to provide information on which regions should be included in the proposed apricot route in Malatya, and which local products should be experienced.

Keywords: Gastronomy tourism, gastronomy routes, Malatya, apricot.

Gastrodiplomasi: SistematiK Bir Literatür Taraması

Lisansüstü Öğrenci, Neslihan BAĞLAR

Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
neslihan.bgl@gmail.com
ORCID: 0009-0002-8094-4417

Doç. Dr. Ümmühan BAYRAM

Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ubayram@pau.edu.tr
ORCID: 0000-0002-4128-0745

Özet

Bu çalışma gastrodiplomasi başlığı altında yer alan makaleleri sistematiK bir literatür taraması kullanarak bütüncül bir bakış açısıyla analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada veri toplama tekniğı olarak doküman incelemesi ve verilerin analizinde ise sistematiK literatür taraması kullanılmıştır. 2025 yılı itibariyle TR Dizin veri tabanı üzerinden “*gastrodiplomasi*”, “*gastrodiplomacy*” ve “*culinary diplomacy*” anahtar kelimeleri taranmıştır. Tarama sonucunda isminde “*gastrodiplomasi*”, “*gastrodiplomacy*” ve “*culinary diplomacy*” ifadelerine yer veren 15 makale araştırma kapsamında incelenmiştir. Gastrodiplomasi konulu çalışmalar incelendiğinde bu konuda en çok yayının yayımlandığı derginin Journal of Tourism and Gastronomy Studies dergisi olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmaların yöntemleri incelendiğinde tüm çalışmalarda nitel veri araştırma tekniklerinin kullanıldığı görülmektedir. Araştırma kapsamında gastrodiplomasi, culinary diplomacy ve gastrodiplomacy başlıkları altında yer alan makalelerin bulgu ve sonuçları incelenmiştir. Buna göre gastrodiplomasi araştırmalarında yaygın olarak incelenen temalar *ulusal mutfak kültürünün korunması ve tanıtılması*, *ulusal marka ve imaj*, *gastrodiplomasi strateji ve uygulamaları* olarak belirlenmiştir. Bu çalışma, gastrodiplomasi alanında gelecekte yapılacak çalışmalara yönelik öneriler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gastrodiplomasi, mutfak diplomasisi, sistematiK literatür taraması.

Gastrodiplomacy: A Systematic Literature Review

Abstract

This study aims to analyze articles under the heading of gastrodiplomacy from a holistic perspective using a systematic literature review. Document review was used as the data collection technique in the study, and systematic literature review was used for data analysis. The keywords “*gastrodiplomacy*,” “*gastrodiplomacy*,” and “*culinary diplomacy*” were searched through the TR Index database as of 2025. As a result of the search, 15 articles containing the terms “*gastrodiplomacy*,” “*gastrodiplomacy*,” and “*culinary diplomacy*” in their titles were examined. An examination of studies on gastrodiplomacy reveals that the journal with the most publications on this topic is the Journal of Tourism and Gastronomy Studies. An examination of the research methods reveals that all studies employed qualitative research techniques. The findings and conclusions of articles under the headings of gastrodiplomacy, culinary diplomacy, and gastrodiplomacy were examined within the scope of the research. Accordingly, the themes commonly examined in gastrodiplomacy research were determined as the protection and promotion of national culinary culture, national brand and image, gastrodiplomacy strategy and practices. This study offers suggestions for future studies in the field of gastrodiplomacy.

Keywords: Gastrodiplomacy, culinary diplomacy, systematic literature review.

Pastacılık Eğitiminde Dijital Oyunlaştırma Aracının Kullanımı: Kahoot!

Prof. Dr. Menekşe CÖMERT

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
menekse.comert@hbv.edu.tr
ORCID: 0000-0002-1627-4343

Arş. Gör. Dr. Esra KANOĞLU

Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
esrakanoglu@baskent.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2556-6874

Özet

Oyunlaştırma genel olarak oyun unsurlarının oyun dışı alanlara uygulanması olarak ifade edilmektedir. Bu çalışma ile Google Classrom dijital öğrenme ortamı kullanılarak, Kahoot! dijital oyunlaştırma aracının Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde eğitim alan öğrencilere öğrencilere uygulanması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda uygulamanın öğrencilerin bilgi düzeylerine olan etkisi değerlendirilecektir. Uygulama için pastacılık dersleri içerisinde verilen “pastacılıkta kullanılan temel malzemeler” konusu seçilmiştir. Çalışma karma yöntem araştırması olarak yürütülecek olup nicel veri analizi aşamasında tek gruplu ön test- son test deseni kullanılacaktır. Çalışma kapsamında öğrencilerin bilgi düzeylerini ölçmek amacıyla bilgi testi geliştirilerek nicel veriler elde edilecektir. Ayrıca öğrencilerin görüşlerini alabilmek amacıyla görüşme formu geliştirilecektir. Çalışmanın uygulama akışı; öncelikle tek grup olarak deney grubu şeklinde planlanacaktır. Hazırlanan bilgi testi öğrenciler eğitim almadan önce düzeylerini belirlemek amacıyla ön test olarak uygulanacaktır. Seçilen konu Google Classroom ile birleştirilmiş Kahoot! dijital oyunlaştırma aracı üzerinden öğrencilere verilecektir. Eğitim tamamlandıktan sonra öğrencilere son testleri uygulanacaktır. Bu basamaklar takip edilerek uygulama tamamlanacaktır. Nitel veri toplama kısmında ise çalışmaya katılmış olan öğrencilerle görüşme yapılacak olup almış oldukları eğitim ile ilgili yarı yapılandırılmış sorular yönlendirilerek veriler elde edilecektir. Araştırma evrenini Başkent Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde okuyan ve 2025- 2026 Eğitim Öğretim yılında çalışmaya gönüllü katılmayı kabul eden öğrenciler oluşturacaktır. Çalışma kapsamında elde edilecek sonuçlar ilgili literatür kapsamında tartışılarak sunulacak olup gastronomi eğitiminde dijital oyunlaştırma araçlarının kullanımının etkinliği üzerinde çıkarımlar yapılabilecektir. Ayrıca oyunlaştırma uygulamalarının öğrencilerin başarıları üzerinde etkili olduğu düşünüldükçe bu konuda elde edilecek son uğlar doğrultusunda önerilerin faydalı olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Oyunlaştırma, pastacılık, gastronomi, gastronomi eğitimi.

The Use of a Digital Gamification Tool in Pastry Education: Kahoot!

Abstract

Gamification is generally defined as the application of game elements to non-game areas. This study aims to apply Kahoot! digital gamification tool to students studying in the Gastronomy and Culinary Arts department by using Google Classrom digital learning environment. For this

purpose, the effect of the application on students' knowledge levels will be evaluated. For the application, the subject of “basic materials used in pastry” given in pastry courses was selected. The study will be conducted as a mixed method research and a one-group pretest-posttest design will be used in the quantitative research phase. Within the scope of the study, quantitative data will be obtained by developing a knowledge test to measure the knowledge level of the students. In addition, an interview form will be developed to obtain the opinions of the students. The implementation flow of the study will be planned as a single experimental group. The prepared knowledge test will be applied as a pre-test to determine the level of the students before they receive training. The selected topic will be given to the students through Kahoot! digital gamification tool combined with Google Classroom. After the training is completed, post-tests will be administered to the students. The application will be completed by following these steps. In the qualitative research part, students who participated in the study will be interviewed and data will be obtained by directing semi-structured questions about the education they have received. The research population will consist of students enrolled in the Gastronomy and Culinary Arts Department at Başkent University who agree to voluntarily participate in the study during the 2025-2026 academic year. The results obtained within the scope of the study will be discussed and presented within the relevant literature, and conclusions can be drawn about the effectiveness of using digital gamification tools in gastronomy education. Furthermore, considering that gamification applications are thought to be effective on student success, it is believed that recommendations based on the findings in this regard will be beneficial. The results to be obtained within the scope of the study will be discussed and presented within the scope of the relevant literature and inferences can be made on the effectiveness of the use of digital gamification tools in gastronomy education. In addition, considering that gamification applications are effective on the success of students, it is thought that suggestions will be useful in line with the final results to be obtained in this regard.

Keywords: Gamification, pastry, gastronomy, gastronomy education.

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Hatay Yöresel Lezzetlerine Yönelik Algıları: Nitel Bir İnceleme

Doç. Dr. Sait DOĞAN

İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
sait.dogan@iste.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4486-8699

Öğr. Gör. Enes GÜRHANİ

İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
enes.gurhani@iste.edu.tr
ORCID: 0000-0003-2619-2525

Özet

Gastronomi eğitimi alan öğrencilerin yerel mutfaklara yönelik algılarının incelenmesi hem gastronomik kimlik gelişimi hem de kültürel farkındalık açısından önemli veriler sunmaktadır. Bu çalışma, İskenderun Teknik Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü 4. sınıf öğrencilerinin Hatay yöresel lezzetlerine yönelik “duygu, bilgi, sağlık, prestij, lezzet, fiyat-performans, gastronomi imajı ve önerme niyeti” algılarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma, nitel araştırma desenine dayalı olarak yapılandırılmış ve fenomenolojik yaklaşım benimsenmiştir. Çalışma grubunu, Hatay’da öğrenim gören 17 gönüllü son sınıf öğrencisi oluşturmuştur. Veriler, sekiz açık uçlu sorudan oluşan yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla toplanmış; içerik analizi ve tematik kodlama yöntemiyle değerlendirilmiştir. Analizler sonucunda sekiz ana tema (Duygu, Bilgi ve Deneyim, Sağlık, Prestij, Lezzet/Kalite, Fiyat-Etkileşim, Destinasyon İmajı ve Önerme Niyeti) altında bulgular elde edilmiştir. Öğrencilerin büyük çoğunluğu Hatay mutfağıyla güçlü bir duygusal bağ kurduklarını, aidiyet, nostalji ve mutluluk gibi hisler yaşadıklarını belirtmiştir. Hatay mutfağı, öğrenciler için aynı zamanda zengin bir öğrenme alanı olarak görülmekte; baharat kullanımı, kültürel çeşitlilik ve yöresel teknikler açısından özgün bilgiler kazandırmaktadır. Sağlık açısından zeytinyağı, sebze ve bakliyat yemeklerinin olumlu karşılandığı, ancak yağ ve baharat yoğunluğu nedeniyle bazı tereddütlerin bulunduğu saptanmıştır. Prestij ve kültürel değer açısından Hatay mutfağı katılımcılar tarafından çoğunlukla saygın ve tanınmış bir mutfak olarak görülmekle birlikte, bazı katılımcılar tanıtım eksikliklerine dikkat çekmiştir. Lezzet ve kalite algısı genel olarak olumlu olup, meze ve tatlı çeşitliliği öne çıkmıştır. Katılımcıların çoğu fiyat-performans açısından Hatay mutfağını ekonomik, doyurucu, avantajlı ve erişilebilir olarak belirtirken, katılımcıların beşi ise son dönemlerde fiyat artışlarının yüksek olduğunu ifade etmişlerdir. Öğrencilerin çoğunluğu Hatay mutfağını başkalarına önermekte ve kültürel bir deneyim olarak değerlendirmektedir. Bu bağlamda çalışma, gastronomi öğrencilerinin yerel mutfaklara yönelik çok katmanlı algı yapısını ortaya koymakta ve Hatay mutfağının eğitimsel, kültürel, duygusal ve mesleki gelişim açısından önemli bir kaynak olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Yöresel lezzet algısı, Hatay mutfağı, gastronomi eğitimi, nitel araştırma.

Perceptions of Hatay's Local Cuisine Among Gastronomy and Culinary Arts Students: A Qualitative Study

Abstract

The examination of gastronomy students' perceptions of local cuisines provides important data in terms of both gastronomic identity development and cultural awareness. This study aims to reveal the perceptions of fourth-year students in the Department of Gastronomy and Culinary Arts at İskenderun Technical University regarding Hatay regional delicacies in terms of "emotion, knowledge, health, prestige, taste, price-performance, gastronomic image, and recommendation intention." The research was structured based on a qualitative research design and adopted a phenomenological approach. The study group consisted of 17 volunteer final-year students studying in Hatay. Data were collected through a structured interview form consisting of eight open-ended questions and evaluated using content analysis and thematic coding methods. The analysis yielded findings under eight main themes (Emotion, Knowledge and Experience, Health, Prestige, Taste/Quality, Price-Interaction, Destination Image, and Recommendation Intention). The vast majority of students stated that they had a strong emotional connection with Hatay cuisine and experienced feelings of belonging, nostalgia, and happiness. Hatay cuisine is also seen as a rich learning environment for students, providing unique insights into spice use, cultural diversity, and regional techniques. In terms of health, olive oil, vegetables, and legume dishes were positively received, but some reservations were noted due to the high fat and spice content. In terms of prestige and cultural value, the Hatay cuisine was mostly seen by participants as a respected and well-known cuisine, but some participants pointed out the lack of promotion. The perception of taste and quality is generally positive, with the variety of appetizers and desserts standing out. Most participants described Hatay cuisine as economical, filling, advantageous, and accessible in terms of price-performance, while five participants noted that prices have risen significantly in recent times. Almost all students recommend Hatay cuisine to others and evaluate it as a cultural experience. In this context, the study reveals the multi-layered perception structure of gastronomy students toward local cuisines and demonstrates that Hatay cuisine is an important resource for educational, cultural, emotional, and professional development.

Keywords: Perception of local taste, Hatay cuisine, gastronomy education, qualitative research.

Dünyada Popüler Bazı Artizan Peynirler: Üretim Teknikleri ve Gastronomideki Önemi

Öğrenci, Kubilay Samet OĞRAŞ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
kubilayogras1@gmail.com
ORCID: 0009-0009-3088-3979

Dr. Öğr. Üyesi Zerrin YÜKSEL

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Bayramiç MYO, Kimya ve Kimyasal Ürünler İşleme Teknolojileri Bölümü
zyuksel@comu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6817-7847

Özet

Artizan peynirler, doğal hammaddelerle, katkı maddesi kullanılmaksızın, geleneksel yöntemler ve yerel bilgiye dayalı olarak üretilen özel süt ürünleri arasında yer almaktadır. Endüstriyel peynir üretimiyle karşılaştırıldığında, artizan peynirlerin üretim süreci daha küçük ölçekli, el emeğine dayalı ve coğrafi olarak sınırlı kalmaktadır. Yerellik ve sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde değerlendirilen artizan peynirler hem çevresel etkilerin azaltılması hem de kültürel mirasın korunması açısından önem taşımaktadır. Çalışmada, farklı ülkelerde yaygın olarak üretilen bazı artizan peynirlerin (örneğin sert, yarı sert ve taze çeşitlerin) üretim teknikleri, olgunlaştırma süreçleri, mikrobiyolojik ve tekstürel özellikleri derlenmiştir. Ayrıca, bu peynirlerin gastronomideki kullanım alanlarına (tatlılar, peynir tabağı sunumları ve şarap eşleşmeleri gibi) yer verilmiş, artizan peynirlerin tekstürel özelliklerinin mutfaklardaki çeşitliliğe katkısı da değerlendirilmiştir. Ek olarak, artan tüketici ilgisi doğrultusunda günümüzde artizan peynir trendleri, sürdürülebilir üretim uygulamaları ve gastronomi turizmi bağlamındaki yeri tartışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Artizan, peynir, üretim teknikleri, tat ve doku profili.

Some Popular Artisan Cheeses in the World: Production Techniques and Their Importance in Gastronomy

Abstract

Artisanal cheeses are special dairy products produced using natural raw materials, without additives, and based on traditional methods and local knowledge. Compared to industrial cheese production, artisanal cheese making is smaller in scale, labor-intensive, and geographically limited. Evaluated within the principles of locality and sustainability, artisanal cheeses are important for both reducing environmental impacts and preserving cultural heritage. This study examines the production techniques, ripening processes, microbiological and textural properties of various widely produced artisanal cheeses around the world, including hard, semi-hard, and fresh varieties. In addition, the gastronomic applications of these cheeses (such as in desserts, cheese platters, and wine pairing) are discussed, and their sensory contributions to culinary diversity are evaluated. In addition, current artisanal cheese trends, sustainable production practices, and their role within gastronomic tourism are addressed in light of increasing consumer interest.

Keywords: Artisan, cheese, production techniques, flavor and texture profile.

Peynir Üretiminde Bitkisel Koagülanların Kullanımı

Öğrenci, Tarık KOMŞULAR

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
trk67800@hotmail.com
ORCID: 0009-0004-0058-6109

Dr. Öğr. Üyesi Zerrin YÜKSEL

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Bayramiç MYO, Kimya ve Kimyasal Ürünler İşleme Teknolojileri
Bölümü
zyuksel@comu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6817-7847

Özet

Bu derleme çalışması, peynir üretiminde kullanılan koagülan türlerini tanıtmakta ve özellikle bitkisel kökenli koagülanların kullanımını detaylı şekilde ele almaktadır. Hayvansal ve mikrobiyal koagülanlara alternatif olarak öne çıkan bitkisel koagülanlar, hem geleneksel hem de modern peynir üretiminde artan bir ilgi görmektedir. Bu bağlamda, incir sütü (*Ficus carica*), enginar çiçeği (*Cynara scolymus*), devediken (Cynara cardunculus), kaktüs özü (*Opuntia spp.*), Sodom elması (*Calotropis procera*) ve gümüş yapraklı patlıcan (*Solanum elaeagnifolium*) gibi bitkilerden elde edilen doğal proteazların peynir üretimindeki işlevi değerlendirilmiştir. Ayrıca bu bitkisel koagülanlar kullanılarak üretilen Torta del Casar, La Serena, Serra da Estrela gibi coğrafi işaretli geleneksel peynirler ile deneysel vegan peynir çeşitlerine de yer verilmiştir. Bitkisel koagülanların pıhtılaştırma verimliliği, tekstürel ve aromatik özelliklere etkisi, sürdürülebilirlik ve etik üretim bağlamında avantajları tartışılmıştır. Çalışma, hem gıda teknolojisinde inovatif yaklaşımlar geliştirmek isteyen araştırmacılar hem de geleneksel yöntemleri sürdürülebilir biçimde modernleştirmeyi amaçlayan üreticiler için kapsamlı bir kaynak sunmayı hedeflemektedir.

Anahtar kelimeler: Bitkisel koagülanlar, peynir üretimi, vegan peynir, geleneksel peynir, enzimatik koagülasyon.

The Use of Plant Coagulants in Cheese Production

Abstract

This review study introduces various types of coagulants used in cheese production, with a particular focus on the application of plant-based coagulants. As alternatives to animal- and microbial-derived coagulants, plant-derived proteases have gained increasing attention in both traditional and modern cheese making. In this context, the coagulating properties of natural enzymes extracted from fig latex (*Ficus carica*), artichoke flower (*Cynara scolymus*), cardoon (*Cynara cardunculus*), cactus extract (*Opuntia spp.*), Sodom apple (*Calotropis procera*), and silverleaf nightshade (*Solanum elaeagnifolium*) are examined in detail. Furthermore, the study discusses traditional cheeses such as Torta del Casar, La Serena, and Serra da Estrela which are produced using these coagulants and protected by geographical indications as well as experimental vegan cheeses that utilize similar plant-based approaches. The impact of these coagulants on coagulation efficiency, texture, and flavor profiles, as well as their advantages

in terms of sustainability and ethical production, are also addressed. This work aims to serve as a comprehensive resource for researchers seeking innovative approaches in food technology and producers striving to modernize traditional methods in a sustainable manner.

Keywords: Plant-based coagulants, cheese production, vegan cheese, traditional cheese, enzymatic coagulation.

Gastronomi Eğitiminde Bitki Bazlı Mutfak Uygulamaları: Türk Mutfağında Uygulanabilirliği Bakımından Öğrenci Algıları

Lisansüstü Öğrenci, Belgin BULGAN

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
bulganbelgin@gmail.com
ORCID: 0009-0000-1978-3736

Dr. Öğr. Üyesi Özer ÖZAYDIN

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İstatistik Bölümü
oozaydin@ogu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6657-1162

Özet

Günümüzde çevresel sürdürülebilirlik ve sağlıklı beslenme yaklaşımlarının ön plana çıkmasıyla birlikte, bitki bazlı beslenme modelleri hem akademik hem sektörel düzeyde dikkat çeken bir konu haline gelmiştir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'deki gastronomi öğrencilerinin bitki bazlı gastronomiye ilişkin bilgi düzeylerini, algılarını ve profesyonel uygulama eğilimlerini ortaya koymaktır. Araştırmada nitel araştırma deseni benimsenmiş; veriler, İzmir Ekonomi Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü'nde "Yöresel Türk Mutfakları" dersi alan 15 öğrenci ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşme yoluyla toplanmıştır. Görüşmeler ses kaydıyla belgelenmiş, yazılı metne dönüştürülmüş ve betimsel içerik analiziyle değerlendirilmiştir. Araştırma bulgularına göre, öğrencilerin bitki bazlı gastronomi hakkındaki bilgi düzeyleri genellikle sınırlıdır ve bu konuya yönelik eğitim içerikleri çoğunlukla seçmeli derslerle sınırlı kalmaktadır. Katılımcılar, Türk mutfağındaki geleneksel bitki bazlı yemeklerin modern gastronomi teknikleriyle uyarlanabilir olduğunu ifade etmiş, ancak sektörel uygulamalarda kültürel önyargılar ve düşük tüketici talebinin yaygınlaşmanın önünde engel teşkil ettiğini belirtmişlerdir. Araştırma, gastronomi eğitim programlarının bitki bazlı içeriklerle zenginleştirilmesi, geleneksel yemeklerin modernleştirilerek sunulması ve sektörde farkındalık artırıcı çalışmalar yapılmasının önemine dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bitki bazlı beslenme, gastronomi, Türk mutfağı, gastronomi öğrencileri, sürdürülebilirlik.

Plant-Based Culinary Practices in Gastronomy Education: Student Perceptions Regarding Applicability in Turkish Cuisine

Abstract

With the increasing prominence of environmental sustainability and healthy nutrition, plant-based dietary models have become a significant focus in both academic and professional culinary contexts. This study aims to investigate the knowledge levels, perceptions, and professional tendencies of gastronomy students in Türkiye regarding plant-based cuisine. A qualitative research design was adopted, and data were collected through semi-structured interviews with 15 students enrolled in the "Regional Turkish Cuisines" course at the Department of Gastronomy and Culinary Arts, İzmir University of Economics. Interviews were audio recorded, transcribed verbatim, and analyzed using descriptive content analysis. The findings indicate that students' knowledge about plant-based gastronomy is generally limited, and educational

content on this subject is mostly confined to elective courses. Participants stated that traditional plant-based dishes from Turkish cuisine can be adapted with modern culinary techniques; however, cultural biases and low consumer demand present challenges to wider adoption in the foodservice industry. The study emphasizes the need to enrich gastronomy curricula with plant-based content, modernize traditional recipes, and implement awareness-raising strategies within the industry to promote plant-based practices.

Keywords: Plant based diet, gastronomy, Turkish cuisine, gastronomy students, sustainability.

Karadeniz Bölgesi'nde Kadın Kooperatiflerinin Gastronomi Temelli Kalkınmaya Etkisi

Dr. Öğr. Üyesi Batuhan ÖZTÜRK

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
batuhan.ozturk@hbv.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4951-0469

Öğr. Gör. Mesut Mehmet DEMİREL

Sinop Üniversitesi, Gerze Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
mdemirel@sinop.edu.tr
ORCID: 0000-0002-6160-6458

Özet

Bu çalışma, Karadeniz Bölgesi'ndeki kadın kooperatiflerinin gastronomi turizmi bağlamında bölgesel kalkınma süreçlerine olan çok boyutlu etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Türkiye'de kadınların iş gücüne katılım oranlarının OECD ve AB ortalamalarının altında seyretmesi, alternatif istihdam ve güçlenme modellerinin geliştirilmesini zorunlu kılmış; bu bağlamda kadın kooperatifleri, toplumsal cinsiyet temelli eşitsizliklerin aşılması açısından önemli bir kalkınma aktörü olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Aynı zamanda, gastronomi turizminin yükselen ekonomik ve kültürel değeri, kadın emeğiyle üretilen yöresel gıda ürünlerinin turistik değer zincirine entegrasyonunu gündeme getirmiştir. Araştırma, nitel araştırma deseni çerçevesinde yapılandırılmış olup doküman incelemesine dayalı derinlemesine içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada; kamu kurumlarına ait raporlar, akademik literatür, kadın kooperatiflerinin faaliyet bültenleri ve medya kaynakları sistematik biçimde taranarak değerlendirilmiştir. Evren olarak Karadeniz Bölgesi'ne odaklanılmış, örneklem olarak gastronomiyle ilişkili faaliyet yürüten kadın kooperatifleri ele alınmıştır. Verilerin analizi, "kadının güçlenmesi", "sosyal dayanışma ekonomisi" ve "kültürel sürdürülebilirlik" kavramsal eksenlerinde gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular, Karadeniz'deki kadın kooperatiflerinin yerel mutfak mirasını yaşatma, yöresel ürünlerin ticarileştirilmesi ve kadınların sosyo-ekonomik katılımının artırılması yönüyle bölgesel kalkınmaya anlamlı katkılar sunduğunu göstermektedir. Özellikle reçel, turşu, pekmez, ekmek, fındık bazlı ürünler ve yerel tatlıların üretimi yoluyla kooperatiflerin gastronomi turizmine entegre olduğu; bu faaliyetlerin hem kadın girişimciliğini teşvik ettiği hem de bölge ekonomisine katma değer sağladığı gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, kooperatiflerin kurumsal kapasite, finansal sürdürülebilirlik ve pazarlama stratejileri gibi alanlarda yapısal zorluklarla karşı karşıya oldukları da belirlenmiştir. Çalışma, kadın kooperatiflerinin sadece ekonomik değil aynı zamanda kültürel ve sosyal sermaye üretimi açısından da stratejik öneme sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Karadeniz Kadın Kooperatifleri Birliği örneğinde olduğu gibi bölgesel düzeyde örgütlenen yapılar, yerel kalkınma stratejilerinde kadın emeğinin daha etkin biçimde değerlendirilebileceğini göstermektedir. Bu doğrultuda, kapasite geliştirme programları, finansal teşvik mekanizmaları, kooperatifler arası ağ oluşumu ve kamu-STK iş birlikleri temelinde çok aktörlü kalkınma modellerinin yaygınlaştırılması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kadın Kooperatifleri, Gastronomi Turizmi, Karadeniz Bölgesi, Bölgesel Kalkınma, Sosyal Dayanışma Ekonomisi

The Impact of Women's Cooperatives on Gastronomy Based Development in the Black Sea Region

Abstract

This study aims to examine the multifaceted contributions of women's cooperatives in the Black Sea Region to regional development within the context of gastronomic tourism. The low labor force participation rate of women in Türkiye, compared to OECD and EU averages, necessitates the development of alternative models for empowerment and employment. In this context, women's cooperatives have emerged as critical actors in combating gender-based inequalities. Simultaneously, the rising economic and cultural value of gastronomic tourism has drawn attention to the integration of women's labor and locally produced food into regional tourism value chains. The research was conducted within a qualitative research design, employing in-depth content analysis based on document review. The data corpus consists of academic literature, governmental reports, bulletins of women's cooperatives, and verified media sources. The study focuses on the Black Sea Region as its population, with a purposive sample of women's cooperatives engaged in gastronomy-related activities. The analysis is guided by key conceptual frameworks, namely women's empowerment, social solidarity economy, and cultural sustainability. Findings reveal that women's cooperatives in the region significantly contribute to the preservation of culinary heritage, commercialization of local products, and enhancement of women's socio-economic participation. Through the production of local specialties such as jam, pickles, molasses, bread, hazelnut-based goods, and traditional desserts these cooperatives actively engage with gastronomic tourism, thereby promoting female entrepreneurship and generating added value for the regional economy. However, the study also identifies structural challenges, including limited institutional capacity, financial fragility, and underdeveloped marketing strategies. The results underscore that women's cooperatives possess strategic importance not only economically, but also in terms of social capital and cultural continuity. Regional networks such as the Black Sea Women's Cooperatives Union demonstrate the potential of coordinated local action in fostering inclusive and sustainable development. In this regard, it is recommended that multi-actor development models be expanded through capacity-building programs, financial incentives, inter-cooperative networking, and public-civil society collaborations.

Keywords: Women's cooperatives, gastronomic tourism, Black Sea Region, regional development, in-depth analysis, social solidarity economy.

Karadeniz Arkeolojisinde Mutfak Kültürünün İzleri ve 21.Yüzyıla Yansımaları

Dr. Öğr. Üyesi Batuhan ÖZTÜRK

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
batuhan.ozturk@hbv.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4951-0469

Özet

Bu çalışma, Karadeniz Bölgesi'nin özellikle doğu kesiminde yer alan arkeolojik alanlar üzerinden antik dönem mutfak kültürünün izini sürerek, bu kültürel mirasın 21. yüzyıla yansımalarını değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Antik dönemde Pontus ve Kolhis kültürel yapılarının şekillendirdiği beslenme pratikleri ile Roma ve Bizans etkilerinin harmanlandığı bu coğrafya, günümüzde dahi izlerini sürdüren çok katmanlı bir mutfak hafızasına sahiptir. Çalışmanın temel amacı, antik yazılı kaynaklar ile arkeolojik bulgular arasında ilişki kurarak, gastronomik süreklilik ve dönüşüm bağlamında disiplinlerarası bir değerlendirme sunmaktır. Araştırma yöntemi olarak nitel araştırma desenlerinden derinlemesine analiz tekniği benimsenmiş; yazılı metin incelemesi, görsel belge değerlendirmesi ve arkeolojik materyal analizleri gibi çeşitli veri kaynakları çoklu bakış açısıyla ele alınmıştır. Örneklem olarak, Ordu Cıngırt Kayası, Altınordu Kurul Kalesi, Giresun Kale Mahallesi ve Trabzon Boztepe Yamaç Yerleşimi gibi seçilmiş arkeolojik alanlar üzerinden temsili veriler toplanmıştır. Veriler doküman analizi yöntemiyle çözümlenmiş, pişirme ve saklama kapları, öğütme taşları, cam şişeler, fırın kalıntıları gibi maddi kültür unsurları fonksiyonel açıdan sınıflandırılarak günümüz gastronomik pratikleriyle karşılaştırılmıştır. Bulgular doğrultusunda, antik dönemde tahıl (arpa, buğday), deniz ürünleri (hamsi, palamut, uskumru), yabanî otlar (kara lahana, madımak) ve fermente gıdaların (balık sosu – garum, sirke, şarap) beslenme sisteminin temelini oluşturduğu tespit edilmiştir. Özellikle Cıngırt Kayası'nda ele geçen relief bowl tipi kaseler ile taş fırın kalıntıları, tahıl bazlı sıcak yemeklerin ve meze türü sunumların mutfakta önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Kurul Kalesi'nde ortaya çıkarılan cam şişeler ve bronz mutfak araçları, sıvı gıda taşınımı ve olası şarap/sos servislerini işaret etmektedir. Ayrıca, Kotyora (Ordu) liman şehri özelinde Xenophon'un Anabasis adlı eserinde geçen toplu yemek ve barış şöleni tasvirleri, dönemin gastronomik alışkanlıklarının toplumsal ve diplomatik fonksiyonlarını yansıtmaktadır. Çalışma sonucunda, Karadeniz Bölgesi'nde mutfak kültürünün hem maddi hem manevi miras unsurlarıyla günümüze taşındığı, güncel mutfak pratiklerinin (mısır ekmeği, karalahana çorbası, hamsi tuzlaması vb.) köklerinin antik çağlara dek uzandığı tespit edilmiştir. Arkeolojik verilerin gastronomi bilimleriyle bütüncül bir yaklaşımla okunması, hem akademik hem de kültürel sürdürülebilirlik açısından yeni açılımlar sunmaktadır. Bu bağlamda, arkeogastronomi perspektifiyle yürütülen bu araştırma; dijital arşivleme, gastronomi turizmi, coğrafi işaretleme ve yerel mutfak mirasının korunmasına yönelik uygulamalar için bir temel oluşturmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastro-arkeoloji, Karadeniz arkeolojisi, mutfak kültürü, antik dönem beslenme, kültürel sürdürülebilirlik.

Traces of Culinary Culture in Black Sea Archaeology and Its Reflection in the 21st Century

Abstract

This study aims to explore the culinary culture of the ancient period in the Eastern Black Sea Region through archaeological evidence and evaluate its reflections in the 21st century. The region shaped by the cultural structures of Pontus and Colchis and later influenced by Roman and Byzantine elements has preserved a multilayered culinary memory that continues to resonate in contemporary practices. The main objective of the study is to establish a connection between ancient textual sources and archaeological findings and to offer an interdisciplinary analysis in the context of gastronomic continuity and transformation. The study adopts a qualitative research design, specifically employing in-depth analysis methods. Data were collected from representative archaeological sites such as Cingirt Kayası (Fatsa), Kurul Castle (Altınordu), Giresun Kale Mahallesi, and Boztepe Hill Settlement (Trabzon). The data include ancient literary sources, archaeological excavation reports, and museum-held material culture. The analysis is based on document analysis techniques, and material findings such as ceramic and metal cooking vessels, grinding stones, ovens, and glass bottles were classified functionally and interpreted through the lens of contemporary gastronomic practices. The findings reveal that cereals (barley, wheat), seafood (anchovy, bonito, mackerel), wild herbs (black cabbage, madimak), and fermented products (fish sauce – garum, vinegar, wine) formed the basis of the ancient Black Sea diet. Artifacts such as relief bowls and stone oven remains discovered at Cingirt Kayası demonstrate the prevalence of grain-based hot dishes and mezze-style servings. Glass bottles and bronze kitchen utensils uncovered at Kurul Castle point to the transportation and serving of liquid foods such as sauces and wine. In addition, Xenophon's account of a ceremonial feast in Kotyora (modern-day Ordu) provides evidence that culinary practices also served social and diplomatic functions in antiquity. The study concludes that both tangible and intangible elements of culinary culture have been transmitted from antiquity to the present in the Black Sea Region. Modern culinary traditions such as cornbread, black cabbage soup, and salted anchovy have clear parallels with ancient practices. This research, approached through the lens of archaeogastronomy, offers new insights into cultural sustainability and local gastronomic identity. It also lays the groundwork for applied practices such as digital archiving, gastronomic tourism, geographic labeling, and the preservation of local food heritage.

Keywords: Gastro-archaeology, Black Sea archaeology, culinary culture, ancient nutrition, cultural sustainability.

Analysis of Gastronomy in the Context of Media Representation: Comparison of the TV Series "Muhteşem Yüzyıl" and " Saraydaki Mücevher"

Abstract

Gastronomy is not merely a practice of nourishment; it is a multidimensional phenomenon that plays a fundamental role in the construction of cultural identity and the facilitation of intercultural communication. Food culture embodies a complex social structure that reflects the history, social organization, value systems, and symbols of the society to which it belongs. Historical television dramas serve as powerful tools for the visual and narrative representation of gastronomic culture and make significant contributions to the international promotion of culinary heritage. This study examines the Turkish series "Muhteşem Yüzyıl" (Magnificent Century) and the South Korean series "Dae Jang Geum" (Jewel in the Palace, 대장금) through a comparative analysis, aiming to explore the cultural representations of Ottoman and Korean palace cuisines as mediated by television. The method employed is qualitative content analysis. Gastronomic scenes in the selected series were thematically analyzed to identify similarities and differences across dimensions such as food components, cooking techniques, table arrangements, and gastronomic rituals. The findings suggest that Ottoman palace cuisine is portrayed not only in terms of the health-related functions of food but also as a symbol of magnificence and power. In contrast, Korean palace cuisine reflects a dietary philosophy grounded in harmony with nature, seasonality, health, and balance. Korean cuisine emphasizes aesthetic simplicity, color harmony, and the central role of fermented foods. In both series, gastronomy is presented in a dramatized and idealized form, functioning as a strategic narrative device through which cultural identity and historical heritage are transmitted to a global audience. In conclusion, this study highlights the role of historical dramas in conveying cultural identity through gastronomy and in visually representing culinary heritage, thereby offering an original contribution to the literature on gastronomy and cultural studies

Keywords: Gastronomy, cultural identity, media representation, Ottoman palace cuisine, Korean palace cuisine.

Kaynakça

- Fischler, C. (1988). Food, self and identity. *Social science information*, 27(2), 275-292.
- Montanari, M. (2006). *Food is culture*. Columbia University Press.

Sürdürülebilir Restoranlar Etik Hassasiyet Mi, Sosyal İmaj Mı?

Prof. Dr. Burak MİL

İstanbul Kent Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
burak.mil@kent.edu.tr
ORCID: 0009-0000-7694-8787

Arş. Gör. Rabia Nur AŞAN

İstanbul Kent Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
rabianur.asan@kent.edu.tr
ORCID: 0000-0003-3049-9175

Arş. Gör. Yeliz BAYLAN

İstanbul Kent Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
yeliz.baylan@kent.edu.tr
ORCID: 0009-0009-0767-7851

Özet

Bu çalışma, sürdürülebilirlik söylemiyle öne çıkan restoran türlerinin (yeşil, organik, lokal/mevsimsel, vegan-vegetaryen, sıfır atık ve adil ticaret) gösterişçi tüketim bağlamında nasıl işlev gördüğünü incelemektedir. Veblen'in gösterişçi tüketim kuramı ve çağdaş sinyal kuramları çerçevesinde yapılandırılan araştırma, ilgili literatürde 2010 sonrası yayımlanmış 24 akademik çalışmanın bulgularına dayalı olarak yürütülmüştür. Bulgular, sürdürülebilir restoran tercihlerinin yalnızca çevresel ve etik hassasiyetle açıklanamayacak kadar çok katmanlı bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Söz konusu tercihler; sosyal onay ihtiyacı, kültürel sermaye gösterimi, görünürlük arzusu ve sembolik prestij arayışı gibi motivasyonlarla iç içe geçmektedir. Çalışma, tüketici davranışlarının etik duyarlılıkla şekillenen fakat estetikle sunulan stratejik performanslara dönüştüğünü savunmaktadır. Bu bağlamda sürdürülebilir restoranlar, bireylerin sosyal konumlarını görünür kıldıkları, kimliklerini sundukları ve statü sinyali verdikleri alanlara evrilmektedir. Özellikle üst gelir ve eğitim grubundaki bireylerin bu mekânları, etik tercihler aracılığıyla "doğru", "bilinçli" ve "kültürel olarak seçkin" bireyler olarak görünmek için tercih ettiği saptanmıştır. Çalışma sonucunda, etik restoran tercihlerinin gösterişçi tüketim stratejileriyle bağlantılı olarak yeniden düşünülmesi önerilmektedir. Ayrıca kamu politikalarının bu tür mekânlara erişimi toplumsallaştıracak biçimde düzenlenmesi, etik duyarlılığın sınıfsal ayrışmayı yeniden üretme potansiyelini sınırlandırmak açısından önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gösterişçi tüketim, sürdürülebilir restoranlar, sosyal statü, etik tüketim.

Sustainable Restaurants Ethical Sensitivity Or Social Image?

Abstract

This study examines how restaurant types that prominently adopt the discourse of sustainability—namely green, organic, local/seasonal, vegan-vegetarian, zero-waste, and fair trade establishments—function within the context of conspicuous consumption. Framed through Veblen’s theory of conspicuous consumption and contemporary signaling theories, the research is based on the findings of 24 academic studies published after 2010. The results reveal that the preference for sustainable restaurants cannot be solely attributed to environmental or ethical concerns; rather, it reflects a multi-layered structure of motivations. These preferences are often intertwined with the desire for social approval, visibility, and symbolic prestige. The study argues that consumer behaviors, although shaped by ethical awareness, are increasingly performed as strategic and aesthetically curated acts. In this regard, sustainable restaurants have evolved into arenas where individuals display social positions, project identities, and signal status. It was particularly observed that individuals from higher income and education groups tend to prefer such venues as a means of appearing “conscious,” “morally upright,” and “culturally refined.” The study concludes that ethical restaurant preferences should be reconsidered in relation to conspicuous consumption strategies. Moreover, it highlights the need for public policy to facilitate broader access to these spaces in order to mitigate the class-based reproduction of ethical sensitivity.

Keywords: Conspicuous consumption, sustainable restaurants, social status, ethical consumption.

Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerinde Artizan Ürün İncelemesi: Bursa Örneği

Lisansüstü Öğrenci, Selin ÖZTÜRK

Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,
selin171@anadolu.edu.tr
ORCID: 0009-0000-4892-1464

Doç. Dr. Merve ÖZGÜR GÖDE

Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,
merveozgurgode@anadolu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-7315-4284

Özet

Gastronomi alanında yaşanan gelişim ve dönüşümler, tüketicilerin davranışları ve yiyecek içecek işletmelerinin hizmetini de etkileyen bir faktördür. Özellikle son yıllarda artan sağlık kaygısı nedeniyle doğal, sürdürülebilir ve özgün olan ürünlere yönelik talep artış göstermiştir. Bu durum, işletmelerin de yeni yaklaşımlar geliştirmesi gerekliliğini doğurmuştur. Bu bağlamda, menülerde giderek artan artizan ürün arzı dikkat çekmektedir. Artizan ürünler ise geleneksel yöntemlerin kullanıldığı doğal ve el emeği ürünlerdir. Artizan ürünlerin menülere dahil edilmesi işletmelere, özgünlük ve farklılaşma gibi avantajlar sağlamakta olup, tüketicilere kişisel bir gastronomik deneyim ve otantiklik yaşatmaktadır. Araştırmanın temel amacı, yiyecek içecek işletmelerine ait menülerde artizan ürünlerin varlığını incelemek ve bu ürünlerin hangi menü kategorilerinde sunulduğunu analiz etmektir. Araştırmanın evrenini Bursa'da bulunan restoran, kafe ve pastane gibi yiyecek içecek işletmeleri oluşturmaktadır. Araştırmada nitel yöntemlerden doküman analizi kullanılmakta olup, Bursa'da bulunan dijital veya basılı 30 restoran, 20 kafe ve 20 pastane menüsü elde edilmiştir. Toplam 23 işletme olmak üzere; 10 restoran, 6 kafe ve 7 pastane işletmesinde artizan ürüne rastlanmıştır. İşletmelerin menülerinde artizan ürünlerle ilgili öne çıkan temalar ve işletme menülerinde artizan ürünlerin yer aldıkları kategoriler belirlenmiştir. Öne çıkan temalar řu şekildedir: Geleneksel, yöresel, doğal, artizan, el yapımı, ev yapımı, ev usulü, katkısız, yerli, ekşi maya ve köy ürünü şeklindedir. Artizan ürünlere; kahvaltı, ana yemek, atıştırmalık, special, içecek, ekmek, kurabiye ve tatlı kategorilerinde rastlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Artizan, menü, menü planlama, geleneksel, yiyecek içecek işletmeleri, yerel gıda, gastronomi, Bursa

Artisan Product Examination in the Menus of Food and Beverage Business: The Case of Bursa

Abstract

Developments and transformations in the field of gastronomy are factors that affect consumer behavior and the services of food and beverage business. Especially in recent years, due to increasing health concerns, the demand for natural, sustainable and original products has increased. This has necessitated the development of new approaches by businesses. In this context, the increasing supply of artisan products in menus is attracting attention. Artisan products, on the other hand, are natural and handmade products using traditional methods. The inclusion of artisan products in menus provides businesses with advantages such as originality and differentiation, while providing consumers with a personal gastronomic experience and authenticity. The main objective of the research is to examine the presence of artisan products in the menus of food and beverage businesses and to analyze the menu categories in which these products are offered. The research population consists of food and beverage establishments such as restaurants, cafes and patisseries in Bursa. Document analysis, a qualitative method, is used in the research, and digital or printed menus of 30 restaurants, 20 cafes and 20 patisseries in Bursa were obtained. A total of 23 businesses; Artisan products were found in 10 restaurants, six cafes, and seven patisseries. The prominent themes related to artisan products in the restaurants' menus and the categories in which they were found were identified. The prominent themes were as follows: traditional, regional, natural, artisan, handmade, homemade, home-style, additive-free, local, sourdough, and village produce. Artisan products were found in the breakfast, main course, snack, specialty, beverage, bread, cookies, and dessert categories.

Keywords: Artisan, menu, menu planning, traditional, food and beverage businesses, local food, gastronomy, Bursa

Ötantik Yiyecek Üzerine Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi: Web of Science Üzerinde Bir Araştırma

Dr. Öğr. Üyesi Betül ÇETİN

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Açılılık Programı
betulcetin@ohu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0145-1570

Özet

Ötantiklik kelimesi özgün, sahici, gerçek, doğru, yapay olmayan gibi anlamları ifade etmektedir. Ötantiklik kelimesi her sektörde kullanılabileceği gibi yiyecek içecek endüstrisinde de oldukça yaygın bir kullanıma sahiptir. Günümüzde modern yaşamdan biraz uzaklaşma isteği, daha sağlıklı ve organik ürünler tüketme alışkanlığı ve isteğinin olması gibi faktörler aslında bu kavramların her geçen gün daha da önem kazandığını göstermektedir. Gastronomi turizminin gelişmesiyle birlikte de hem üretim hem tüketim noktasında bireyler özgün olan, unutulmaya yüz tutmuş, yöreye özgü gerçek lezzetler olan ötantik yiyeceklerle erişmeyi, onları tatmayı ve deneyimlemeyi arzu eder hale gelmiştir. Bu kapsamda Web of Science veri tabanı üzerinde yer alan “Ötantik Yiyecek” kavramı ile ilgili araştırmaların bibliyometrik analizinin yapılması amaçlanmıştır. Web of Science veri tabanında “authentic food” kavramı “authenticity” “authenticity in food” gibi kelimelerle birlikte “topic” başlığı içerisinde hem başlık hem konu hem anahtar kelimeler dahil edilerek arama yapılmış ve toplamda 62 adet yayın elde edilmiştir. Elde edilen veriler; yapıldığı yayın yılı, içerdiği anahtar kelimeler, yayın türü, konu alanları, yayının kaynağı, yayının ait olduğu ülke ve atıf sayısı gibi çeşitli açılardan incelenerek tablo ve grafik üzerinde gösterilmiştir. Yapılan analiz sonucunda elde edilen anahtar kelimeler, yazarlar ve ülkeler arasındaki bağlantılar VOSviewer programı aracılığıyla görselleştirilmiştir. Bulgular ötantik yiyecek kavramının 2022-2027 yılları arasında ve Çin’de daha yoğun çalışıldığı gibi bir takım sonuçları ortaya çıkarmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ötantik yiyecek, bibliyometrik analiz, Web of Science.

Bibliometric Analysis of Studies on Authentic Food: Web of Science

Abstract

The word authenticity means original, genuine, real, true, correct, not artificial. As the word authenticity can be used in every sector, it is also widely used in the food and beverage industry. Today, factors such as the desire to get away from modern life, the habit and desire to consume healthier and organic products actually show that these concepts are gaining more importance day by day. With the development of gastronomy tourism, individuals have become desirous of accessing, tasting and experiencing authentic foods, which are unique, forgotten, real flavors specific to the region, both at the point of production and consumption. In this context, it is aimed to conduct a bibliometric analysis of the research on the concept of “Authentic Food” on the Web of Science database. In the Web of Science database, the concept of “authentic food” was searched by including words such as ‘authenticity’ “authenticity in food” and both title, subject and keywords within the title “topic” and a total of 62 publications were obtained. The data obtained were analyzed in terms of various aspects such as the year of publication, keywords, type of publication, subject areas, source of the publication, country of publication and number of citations, and shown in tables and graphs. The links between keywords, authors and countries obtained as a result of the analysis were visualized through the VOSviewer program. The findings revealed that the concept of authentic food was studied more intensively between 2022-2027 and in China.

Keywords: Authentic food, bibliometric analysis, Web of Science.

Yenilebilir Böceklerin Tüketiciler Üzerindeki Algı Düzeyi

Lisansüstü Öğrenci, Aras Can TETİK

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
E-posta: tetik.arascan@ogr.deu.edu.tr
ORCID: 0009-0006-7264-5168

Doç. Dr. Tolga AKCAN

Dokuz Eylül Üniversitesi, Efes Meslek Yüksekokulu, Gıda Teknolojisi Programı
E-posta: tolga.akcan@deu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2488-5769

Özet

Günümüz dünyasında artan nüfus, iklim değışikliği ve tarım alanlarının azalması gibi nedenlerle geleneksel protein kaynaklarının yetersiz kalması, alternatif besin kaynaklarına olan ilgiyi artırmıştır. Bu bağlamda, yenilebilir böcekler sürdürülebilirlik, besin değeri ve çevre dostu üretim süreçleriyle dikkat çeken önemli bir alternatif olarak öne çıkmaktadır. Yenilebilir böcekler, tarih boyunca farklı kültürlerde gıda, tedavi ve dini ritüellerde kullanılmış; günümüzde ise 113 ülkede yaklaşık 2 milyar insan tarafından düzenli olarak tüketilmektedir. Böceklerin türlerine göre larvaları, yumurtaları ve ergin halleri tüketilmekte olup, protein, vitamin, mineral ve sağlıklı yağ asitleri bakımından oldukça zengindirler. Ayrıca düşük karbon ayak izine sahip olmaları, az alan ve su tüketimiyle üretilebilmeleri sebebiyle çevre üzerindeki etkileri geleneksel hayvancılığa kıyasla daha düşüktür. Bu derleme çalışması, yenilebilir böceklerin insan beslenmesindeki rolünü, tüketici algılarını ve Türkiye'deki mevcut araştırmaları kapsayan literatürün sistematik bir değerlendirmesini sunmayı amaçlamaktadır. Araştırma, anlatı derlemesi (narrative review) metodolojisi ile yürütölmüş olup, 2005-2025 yılları arasında yayımlanmış İngilizce ve Türkçe akademik kaynaklara dayanmaktadır. Literatür taraması kapsamında Google Scholar, Scopus, TR Dizin ve Web of Science elektronik veri tabanlarında “edible insects”, “entomophagy”, “consumer perception”, “alternative proteins” ve “yenilebilir böcekler” anahtar terimleri kullanarak araştırmalar incelenmiştir. Çalışmada, entomofaji kavramı çerçevesinde böcek tüketiminin tarihsel gelişimi, küresel yaygınlığı ve özellikle Avrupa ile Asya'daki yaklaşımlar karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda bilgi düzeyi, tutum ve kabul oranları analiz edilmiştir. Sonuç olarak, bilgi eksikliği, kültürel alışkanlıklar ve duyuşsal faktörlerin böcek tüketimi algısında belirleyici olduğu; ancak eğitim, medya desteğı ve gastronomik uygulamalarla bu algının olumlu yönde dönüştürölebileceğı ortaya konmuştur. Çalışmanın sonucunda, yenilebilir böceklerin insan beslenmesinde sürdürölebilir bir alternatif olduğu, ancak tüketici kabulünün artırılması için multidisipliner yaklaşımlar, eğitim faaliyetleri ve kültürel engelleri aşmaya yönelik stratejilerin geliştirilmesi gerektiğı vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, yenilebilir böceklerin alternatif gıda kaynağı olarak gelecekteki potansiyelinin değerlendirilmesinde tüketici algısı temel bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yenilebilir böcekler, tüketici algısı, entomofaji, alternatif gıda.

Consumer Perception of Edible Insects

Abstract

In today's world, factors such as a growing population, climate change, and the reduction of agricultural land have led to the inadequacy of traditional protein sources, increasing interest in alternative food sources. In this context, edible insects stand out as a significant alternative due to their sustainability, nutritional value, and environmentally friendly production processes. Edible insects have historically been used in various cultures for food, medicinal purposes, and religious rituals; today, they are regularly consumed by approximately 2 billion people in 113 countries. Depending on the species, their larvae, eggs, and adult forms are consumed and are rich in protein, vitamins, minerals, and healthy fatty acids. Additionally, due to their low carbon footprint and the ability to be produced with minimal land and water use, their environmental impact is significantly lower compared to traditional livestock. This review study aims to present a systematic evaluation of the literature covering the role of edible insects in human nutrition, consumer perceptions, and current research in Türkiye. The research was conducted using the narrative review methodology and is based on academic sources published in English and Turkish between 2005 and 2025. As part of the literature review, studies were examined using the keywords “edible insects,” “entomophagy,” “consumer perception,” “alternative proteins,” and “yenilebilir böcekler” across electronic databases including Google Scholar, Scopus, TR Dizin, and Web of Science. Within the framework of the concept of entomophagy, the historical development of insect consumption, its global prevalence, and particularly the approaches in Europe and Asia are discussed comparatively. Based on the data obtained, levels of knowledge, attitudes, and acceptance rates were analyzed. As a result, it has been revealed that lack of knowledge, cultural habits, and sensory factors are decisive in shaping the perception of insect consumption; however, this perception can be positively transformed through education, media support, and gastronomic practices. The study concludes that edible insects represent a sustainable alternative in human nutrition, but to increase consumer acceptance, it is essential to develop multidisciplinary approaches, educational initiatives, and strategies to overcome cultural barriers. In this context, consumer perception emerges as a key factor in evaluating the future potential of edible insects as an alternative food source.

Keywords: Edible insects, consumer perception, entomophagy, alternative food.

Gastronomik Bir Değer “Gelincik Çiçeği Şerbeti”

Prof. Dr. Havva Nilgün BUDAK

Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,
Eğirdir Meslek Yüksekokulu, Gıda İşleme Bölümü
nilgunbudak@isparta.edu.tr
ORCID NO: 0000-0003-2494-6370

Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
fugen.ozkaya@hbv.edu.tr
ORCID NO: 0000-0003-2893-9557

Özet

Yenilebilir çiçekler arasında yer alan gelincik (*Papaver rhoeas*), göz alıcı kırmızı rengi ve karakteristik aromasıyla öne çıkmakta; geleneksel tıpta yatıştırıcı, balgam söktürücü ve ateş düşürücü özellikleriyle kullanılmaktadır. Anadolu'nun farklı bölgelerinde yaygın olarak hazırlanan gelincik şerbeti, gelincik çiçeklerinin limon ve şekerle kaynatılmasıyla elde edilen doğal ve ferahlatıcı bir içecektir. Osmanlı mutfağında hem sağlık amaçlı hem de sosyal bir içecek olarak tüketilen bu şerbet, kültürel mirasın önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Bu araştırmada, gelincik çiçeği şerbetinin bileşen özellikleri bilimsel açıdan incelenmiş ve farklı formülasyonlarda hazırlanan örneklerin duyuşal özellikleri optimize edilmiştir. Duyusal değerlendirmelerde beşli likert ölçeği ile görünüm (renk, bulanıklık), koku (ot, çiçek, hoş gitmeyen koku) ve tat (ot, çiçeks, şeker, meyvemsi, ferahlatıcı, hoş gitmeyen tat) parametreleri kullanılmıştır. Beğenirlik düzeyi hedonik değerlendirme testi ile belirlenmiştir. Bileşen analizlerinde titrasyon asitliği, pH, kurumadde, Brix değerleri tespit edilmiştir. Formülasyonda şeker kaynağı olarak elma konsantresi ve toz şeker kullanılmıştır. Anadolu kültürel mirasının bir unsuru olan gelincik çiçeğinin gastronomi alanında fonksiyonel bir ürün olarak değerlendirilmesi, özgün fikirlerin gelişimine katkı sağlamaktadır. Bu araştırma, sentetik içecekler yerine geleneksel ve doğal ürünlerin yeniden kayıt altına alınarak genç kuşaklara aktarılmasına örnek teşkil etmektedir.

Anahtar kelimeler: Gelincik çiçeği, gelincik şerbeti, Brix, duyuşal analiz.

A Gastronomic Value “Poppy Flower Sherbet”

Abstract

Among edible flowers, the poppy (*Papaver rhoeas*) stands out for its striking red color and characteristic aroma; it is used in traditional medicine for its soothing, expectorant, and fever-reducing properties. Poppy syrup, commonly prepared in different regions of Anatolia, is a natural and refreshing drink obtained by boiling poppy flowers with lemon and sugar. Consumed in the Ottoman cuisine both for health purposes and as a social beverage, this syrup constitutes an important part of cultural heritage. In this study, the component properties of poppy flower syrup were examined scientifically, and the sensory properties of samples prepared in different formulations were optimized. In sensory evaluations, a five-point Likert scale was used for the parameters of appearance (color, turbidity), smell (herbaceous, floral, unpleasant smell), taste (herbaceous, floral, sweet, fruity, refreshing, unpleasant taste), and aroma (floral, fruity, refreshing, unpleasant). The level of acceptability was determined using a hedon-

nic evaluation test. Titration acidity, pH, dry matter, and Brix values were determined in component analyses. Apple concentrate and powdered sugar were used as sugar sources in the formulation. The evaluation of the poppy flower, an element of Anatolian cultural heritage, as a functional product in the field of gastronomy contributes to the development of original ideas. This research serves as an example of traditional and natural products being re-registered and passed on to younger generations instead of synthetic beverages.

Keywords: Poppy flower, poppy sherbet, Brix, sensory analysis.

Doğal Afetlerde Gıda Tedarik Zinciri: 1950-2025 Yılları Arasında Ölüm Oranı En Yüksek Üç Doğal Afet Vakası Üzerine Bir Derleme Çalışması

Uzman, Ülkü BİLENYİL

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
ulkudursun09@gmail.com
ORCID: 009-0001-6281-9826

Doç. Dr. Turgay BUCAK

Dokuz Eylül Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
turgaybucak@deu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-4901-2673

Özet

Doğal afetler, doğrudan insan yaşamını tehdit eden, sosyoekonomik yapıları, altyapı sistemlerini ve temel hizmet ağlarını derinden etkileyen çok yönlü krizlerdir. Bu krizlerin en belirgin sonuçlarından biri, afet sonrasında gıda tedarik zincirinin işleyişinde meydana gelen aksaklıklardır. Gıda üretim alanlarının tahrip olması, ulaştırma ve depolama altyapısının zarar görmesi ve acil yardım süreçlerinde koordinasyon eksiklikleri, toplumsal kırılganlığı daha da artırmaktadır. Özellikle afetin hemen sonrasındaki ilk günlerde gıdaya erişim sorunu, hayatta kalma mücadelesi veren birey ve topluluklar için yaşamsal bir öncelik haline gelmektedir. Afet yönetimi literatürde genellikle barınma, sağlık ve güvenlik gibi konular ön planda tutulsa da gıda güvenliği ve gıda tedarik zinciri sürdürülebilirliği bu yapıların tamamlayıcı ve bütünüleyici bir parçası olarak değerlendirilmelidir. Bu bağlamda, gıda tedarik zincirinin afet anında ve sonrasında nasıl işlediği; yönetim kapasitesi, uluslararası yardım mekanizmaları ve yerel lojistik altyapının ne derece hazırlıklı olduğu gibi çok boyutlu etkenlere bağlıdır. Bu çalışma, 1950–2025 yılları arasında ölüm oranı en yüksek üç büyük doğal afet sonrası gıda tedarik zinciri üzerindeki etkilerini karşılaştırmalı olarak analiz etmektedir. Araştırmanın temel amacı, farklı afet türlerinde ortaya çıkan kriz dinamiklerini inceleyerek, gıda güvenliği açısından etkin ve yetersiz müdahale örüntülerini ortaya koymaktır. Elde edilen bulgular, afetlerin sadece fiziksel yıkımla sınırlı kalmayıp, gıda tedarik zincirini çok boyutlu şekilde kesintiye uğrattığını göstermektedir. Bholu Kasırgası'nda müdahalenin geç ve yetersiz kalması siyasi krizleri tetiklemiş; Tangshan Depremi'nde merkezîyetçi yapı dışı yardımı engellemiştir. Buna karşın Hint Okyanusu Tsunamisi'nde çok paydaşlı, hızlı ve bütünleşmiş müdahaleler daha etkili sonuçlar doğurmuştur. Bu bağlamda çalışmanın önerisi, afet yönetiminde sadece maddi kaynaklara değil, kurumsal kapasiteye, uluslararası iş birliğine ve dağıtım adaletine de öncelik verilmesi gerektiğidir.

Anahtar Kelimeler: Doğal afetler, gıda tedarik zinciri, ölüm, 1950-2025 arası.

Food Supply Chain in Natural Disasters: A Review Study on the Three Natural Disasters with the Highest Mortality Rates Between 1950 and 2025

Abstract

Natural disasters are multifaceted crises that directly threaten human life and profoundly affect socio-economic structures, infrastructure systems and basic service networks. One of the most prominent consequences of these crises is the disruption of the food supply chain in the aftermath of a disaster. The destruction of food production areas, damage to transportation and storage infrastructure, and coordination deficiencies in emergency response processes further increase social vulnerability. Especially in the first few days immediately following a disaster, access to food becomes a vital priority for individuals and communities struggling to survive. Although disaster management literature generally focuses on issues such as shelter, health, and safety, food security and the sustainability of the food supply chain should be considered complementary and integral parts of these structures. In this context, how the food supply chain operates during and after a disaster depends on multidimensional factors such as management capacity, international aid mechanisms, and the degree of preparedness of local logistics infrastructure. This study compares and analyses the effects of the three major natural disasters with the highest mortality rates between 1950 and 2025 on the food supply chain. The main objective of the research is to examine the crisis dynamics that emerge in different types of disasters and to reveal effective and ineffective intervention patterns in terms of food security. The findings show that disasters are not limited to physical destruction but disrupt the food supply chain in multiple ways. In the Bhola Cyclone, the late and inadequate response triggered political crises; in the Tangshan Earthquake, the centralised structure hindered external aid. In contrast, in the Indian Ocean Tsunami, multi-stakeholder, rapid and integrated responses yielded more effective results. In this context, the study recommends that disaster management should prioritise not only material resources but also institutional capacity, international cooperation, and distribution justice.

Keywords: Natural disasters, food supply chain, death, between 1950 and 2025.

Demografik Değişkenlere Göre Atmosfer Algısı: Coffee Shop rneği

Arş. Gr. Bahar Sena YILMAZ

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakltesi, Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği Bölümü
baharsenayilmaz@mu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2472-7744

Do. Dr. Aydan BEKAR

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakltesi, Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği Bölümü
abekar@mu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5309-1389

Prof. Dr. Burhan KILIÇ

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği Bölümü
bkilic@mu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-1136-5107

zet

Gelişen kahve kültürü, değişen müşteri profili ve modern bir yapıya dönüşen coffee shoplar işletme içerisinde bulunan atmosfer özelliklerinin önemini artırmaktadır. İşletmeler müşterilere sundukları atmosfer ile bireylerin memnuniyetlerini ve konforlarını artırarak sadık müşteriler yaratmayı hedeflemektedirler. Ancak oluşturulacak atmosferin planlanmasında işletmenin hedeflediği müşteri kitlesinin sosyo-demografik özelliklerinin tespit edilmesi önemlidir. Hedef müşteri kitlesinin sosyo-demografik ve sosyo-kültürel beklentilerine uygun mekân ve atmosfer tasarımı işletmenin pazarda uzun süreli rekabet edebilmesinde ve tutundurma faaliyetlerini gerçekleştirmesinde etkilidir. Çünkü eğitim, yaş ya da gelir gibi farklı sosyal statüdeki bireylerin istek ve ihtiyaçları da farklılaşabilmektedir. Bu çalışmada bireylerin coffee shop atmosfer unsurlarına ilişkin algılarının sosyo-demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Araştırma rneklemini İstanbul, Muğla ve Eskişehir illerinde faaliyet gösteren farklı konseptteki coffee shoplar ve bu işletmeleri ziyaret eden 409 katılımcı oluşturmaktadır. Araştırma verileri 01.04.2024 – 30.06.2024 tarihleri arasında hem yüz yüze görüşme yöntemi ile hem de Google Forms aracılığı ile online olarak toplanmıştır. Araştırma verileri SPSS paket program kullanılarak bağımsız örnekleme t-testi ve One Way ANOVA testi ile analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre coffee shop atmosfer unsurlarına ilişkin algılamaların katılımcıların bazı sosyo-demografik niteliklerine göre farklılaştığı görülmektedir. Oturma düzeni, cinsiyet ve dahil olunan gelir düzeyine göre; dekorasyon unsuru dahil olunan gelir düzeyine göre ve aydınlatma bileşeni ise eğitim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p<0,05$).

Anahtar Kelimeler: Atmosfer, coffee shop, algı, demografik değişkenler.

Atmosphere Perception According to Demographic Variables: Coffee Shop Case

Abstract

Developing coffee culture, changing customer profile and coffee shops transforming into a modern structure increase the importance of the atmosphere within the establishment. Businesses aim to create loyal customers by increasing the satisfaction and comfort of individuals with the atmosphere they offer to customers. However, in planning the atmosphere to be created, it is important to determine the socio-demographic characteristics of the customer base targeted by the business. Space and atmosphere design in accordance with the socio-demographic and socio-cultural expectations of the target customer group is effective in the long-term competitiveness of the business in the market and in the realization of promotional activities. Because the wants and needs of individuals with different social status such as education, age or income may also differ. This study examines whether individuals' perceptions of coffee shop atmosphere elements differ according to their socio-demographic characteristics. The research sample consists of coffee shops of different concepts operating in Istanbul, Muğla and Eskişehir provinces and 409 participants who visited these businesses. The research data were collected between 01.04.2024 - 30.06.2024 both by face-to-face interview method and online via Google Forms. The research data were analyzed with independent sample t-test and One Way ANOVA test using SPSS package program. According to the results of the research, it is seen that the perceptions of coffee shop atmosphere elements differ according to some socio-demographic characteristics of the participants. Seating arrangement shows a statistically significant difference according to gender and income level, decoration element according to income level and lighting component according to education level ($p < 0.05$).

Keywords: Atmosphere, coffee shop, perception, demographic variables.

Türkiye'deki Michelin Yıldızlı Restoranlara Yönelik Olumsuz Kullanıcı Yorumlarının İçerik Analizi: Tripadvisor Örneği

Prof. Dr. Rahman TEMİZKAN

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
rtemizkan@ogu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-9750-1543

Arş. Gör. Doğuhan EROĞLU

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
doguhan.eroglu@ogu.edu.tr
ORCID: 0009-0000-9115-6040

Özet

Bu araştırmanın amacı, Türkiye'de Michelin yıldızına sahip restoranlara yönelik çevrimiçi kullanıcı yorumlarında yer alan olumsuz geri bildirimleri inceleyerek, bu yorumlarda öne çıkan temaları belirlemek ve genel hizmet sunum süreçlerine ilişkin hangi alanlarda memnuniyetsizlik yaşandığını tespit ederek iyileştirme alanlarını ortaya koymaktır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş ve veri toplama aracı olarak belge (doküman) incelemesi kullanılmıştır. Veriler, Tripadvisor platformunda yer alan kullanıcı yorumlarından elde edilmiş ve içerik analiziyle değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında, Türkiye'de Michelin yıldızına sahip 14 restorana ait TripAdvisor platformunda yer alan toplam 240 olumsuz kullanıcı yorumu analiz edilmiştir. Veriler Maxqda yazılımı kullanılarak analiz edilmiş; yorumlar anlam birimlerine ayrılarak 7 ana tema ve 32 alt tema altında sınıflandırılmıştır. Elde edilen bulgular, en yüksek olumsuz yorumların fiyat (%23), menü (%19), yiyecek-içecek kalitesi (%18), personel davranışı (%16), hizmet alanı (%9), servis (%8) ve rezervasyon süreci (%6) temaları etrafında toplandığını göstermektedir. Araştırma bulguları, özellikle yabancı misafirlerin Türkiye'deki Michelin yıldızlı restoranlara yönelik beklentilerinin uluslararası standartlarla karşılaştırılmalı olarak incelendiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tripadvisor, Michelin Yıldızlı restoranlar, çevrimiçi yorum.

Content Analysis of Negative User Reviews of Michelin-Star Restaurants in Türkiye: The Case of Tripadvisor

Abstract

The aim of this research is to examine negative feedback from online user reviews of Michelin-starred restaurants in Türkiye, identify the themes that emerge, identify areas of dissatisfaction with overall service delivery processes, and identify areas for improvement. This research employed a qualitative research method, using document analysis as the data collection tool. Data were obtained from user reviews on the Tripadvisor platform and analyzed using content analysis. A total of 240 negative user reviews on Tripadvisor for 14 Michelin-starred restaurants in Türkiye were analyzed. The data were analyzed using Maxqda software, and the reviews were broken down into semantic units and classified under seven main themes and 32 subthemes. The findings indicate that the highest number of negative reviews were centered around the themes of price (23%), menu (19%), food and beverage quality (18%), staff beha-

rior (16%), service area (9%), service (8%), and reservation process (6%). The research findings reveal that the expectations of foreign guests, especially those from Michelin-starred restaurants in Türkiye, are examined in comparison with international standards.

Keywords: Tripadvisor, Michelin Star restaurant, online review.

Geleceğin Sofrası: Yapay Zeka Destekli Yaratıcı Gastronomi Yaklaşımları Üzerine Kavramsal Bir İnceleme

Öğr. Gör. HANDAN HAMARAT

Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Aşçılık Programı
hhamarat@bingol.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2306-3405

Dr. Öğr. Üyesi Nevruz Berna TATLISU

Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
nbtatlisu@gelisim.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7460-1560

Doç. Dr. CEYHUN UÇUK

Tekirdağ Üniversitesi, Şarköy Meslek Yüksek Okulu, Aşçılık Programı
ceyhunucuk@gmail.com
ORCID: 0000-0003-2809-6430

Özet

Bu çalışma, gastronomi alanında dijitalleşme ve yapay zekâ teknolojilerinin etkisiyle dönüşen yaratıcı üretim biçimlerini çok boyutlu bir yaklaşımla ele almaktadır. Özellikle yaratıcı tarif üretimi, dijital gastronomi, tat ve yaratıcılık modellemesi ile tat algısı ve anlamsal dönüşüm başlıkları altında yapılan incelemelerde, yapay zekâ destekli sistemlerin sadece mutfak tekniklerini değil, aynı zamanda estetik ve kültürel üretim süreçlerini de yeniden şekillendirdiği görülmektedir. Araştırma, nitel yöntem yaklaşımı benimsenerek gerçekleştirilmiş; yalnızca ikincil veri kaynaklarından yararlanılmış ve literatür taraması ile belge analizi teknikleri uygulanmıştır. Yapılan değerlendirmeler sonucunda, yaratıcı tarif üretiminin artık sezgisel değil, veri güdümlü algoritmalar aracılığıyla mümkün hale geldiği; tat deneyiminin ise yalnızca duyuşsal bir algıdan ibaret olmaktan çıkarak, semantik olarak modellenenebilir bir yapıya dönüştüğü ortaya konmuştur. Dijital gastronomi uygulamaları sayesinde, geleneksel mutfakların sürdürülebilirlik, sağlık ve kültürel devamlılık gibi çok katmanlı parametrelerle yeniden yorumlandığı gözlemlenmiştir. Tat ve yaratıcılığın hesaplamalı sistemlerle temsil edilebilmesi, gastronomi alanının hem teknolojik hem de kavramsal düzeyde disiplinlerarası bir boyut kazandığını göstermektedir. Elde edilen bulgular, gastronominin yalnızca bir yemek üretim süreci değil, aynı zamanda dijital kültür, anlam inşası ve yaratıcı ifade biçimi olarak değerlendirilebileceğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda çalışma, gastronominin dijital çağda yeniden konumlanmasını anlamak için güçlü bir kuramsal ve uygulamalı zemin sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yapay zeka, gastronomi, tarif üretimi, dijital gastronomi, tat modellemesi.

The Table of the Future: A Conceptual Study on Artificial Intelligence-Supported Creative Gastronomy Approaches

Abstract

This study adopts a multidimensional perspective to explore how creative production practices in gastronomy are being transformed by digitalization and artificial intelligence technologies.

Focusing on key areas such as creative recipe generation, digital gastronomy, flavor and creativity modeling, and the semantic transformation of taste perception, the research reveals how AI-driven systems are reshaping not only culinary techniques but also the cultural and aesthetic foundations of food production. Employing a qualitative methodology, the study relies exclusively on secondary data sources, applying literature review and document analysis techniques. The findings demonstrate that creative recipe generation is no longer driven solely by intuition, but can now be systematically modeled through data-driven algorithms. Taste, once regarded as a purely sensory phenomenon, is shown to be computable and semantically representable. Digital gastronomy practices allow for a reinterpretation of traditional culinary cultures through layered parameters such as sustainability, nutrition, and cultural continuity. The capacity of computational systems to model flavor and creativity suggests that gastronomy is evolving into an interdisciplinary domain that integrates technological and conceptual frameworks. The study positions gastronomy not merely as a process of food preparation but as a dynamic field encompassing digital culture, meaning construction, and creative expression. By grounding its conclusions in selected academic sources, this research offers both a theoretical and applied contribution to understanding the reconfiguration of gastronomy in the digital age. It emphasizes the shift from sensory to semantic and from artisanal to algorithmic, providing a new lens through which culinary practices may be examined.

Keywords: Artificial intelligence, gastronomy, recipe generation, digital gastronomy, flavor modeling.

Bir Zanaatkârın Sofrası: Artizan Yemekler

Öğr. Gör. Handan HAMARAT

Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
hhamarat@bingol.edu.tr
ORCID: 0000- 0002-2306-3405

Öğr. Gör. Ayşe KOÇ APUHAN

Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
akapuhan@bingol.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6728-4202

Özet

Bu çalışma, artizan gıda üretimi ve tüketimi etrafında şekillenen kültürel söylemleri, otantiklik, yerellik ve sınıfsal temsiller ekseninde incelemektedir. Artizan ürünlerin geleneksel üretim pratikleri ile ilişkilendirilerek nasıl anlamlandırıldığı ve bu anlamların tüketici nezdinde nasıl dolaşıma girdiği, tematik analiz yöntemiyle değerlendirilmektedir. Nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde yürütülen çalışmada, çeşitli akademik yayınlar üzerinden ikincil veri analizi gerçekleştirilmiş; içerik çözümlemesi yoluyla kavramsal başlıklar altında değerlendirmeler yapılmıştır. Çalışma, örnek olay analizine dayanmasa da vaka temsiliyeti taşıyan kaynaklar aracılığıyla söylemsel yapıların çözümlenmesine imkân tanımıştır. Araştırma sürecinde ayrıca artizan ürünlere dair özgün görseller, doğrudan üreticilerle temas kurularak birincil kaynaktan sağlanmış; bu yönüyle çalışma, görsel veri desteğiyle de niteliksel derinlik kazanmıştır. Elde edilen bulgular, artizan gıdanın yalnızca alternatif bir tüketim biçimi değil, aynı zamanda kültürel aidiyetin ve toplumsal ayrışmanın bir göstergesi olarak da işlev gördüğünü ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Artizan, gıda mirası, yavaş yemek, zanaatkârlık, yerel mutfak.

A Craftsman's Table: Artisan Food

Abstract

This study examines cultural discourses shaped around artisanal food production and consumption, focusing on authenticity, locality, and class representations. It evaluates how artisanal products are interpreted in relation to traditional production practices and how these interpretations circulate among consumers, using thematic analysis methods. Conducted within the framework of a qualitative research approach, the study involved secondary data analysis through various academic publications, with evaluations made under conceptual headings through content analysis. Although the study is not based on case studies, it has enabled the analysis of discursive structures through sources that represent cases. During the research process, original images of artisan products were obtained from primary sources by contacting producers directly; in this respect, the study gained qualitative depth with visual data support. The findings reveal that artisan food is not only an alternative form of consumption but also functions as an indicator of cultural belonging and social differentiation.

Keywords: Artisan, food heritage, slow food, craftsmanship, local cuisine.

Boza, Herle ve Kuşburnu Marmeladından Dondurma Yapmak: Bir Duyusal Analiz Çalışması

Doç. Dr. Savaş EVREN

Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
savasevren@gumushane.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4558-9720

Lisansüstü Öğrenci, Zeynep Cansu ARSLAN

Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
cansuarsn@gamil.com
ORCID: 0009-0000-0178-9013

Özet

Yöresel ürünlerden yeni gastronomik ürünler geliştirmek ve bunlara ilişkin duyusal analizler gerçekleştirip gastronomi dünyasıyla paylaşmak oldukça önemlidir. Bu alışmada Türk kùltürünün kadim içeceği olan bozanın Gümüşhane'nin yöresel ürünleri herle ve kuşburnu marmeladıyla birleşimiyle dört farklı dondurma üretilmiş ve bu dondurmalarla ilişkin duyusal değerlendirmeler yapılmıştır. Bu kapsamda üretilen dondurmalar eğitimli panelistler (n=11) tarafından değerlendirilmiştir. Değerlendirmeler anket üzerinden yapılmış, elde edilen veriler tanımlayıcı analizler uygulanmıştır. Bulgular katılımcıların en çok boza ağırlıklı, herle ve kuşburnunun eşit miktarda olduğu dondurmaya (103 kodlu dondurma) beğendiklerini göstermektedir. İkinci sıradada ise kuşburnu ile bozadan oluşan (kuşburnu ağırlıklı) dondurma gelmektedir (102 kodlu dondurma). Katılımcılar tüm dondurmalarda ekşi ve tatlı tatları öncelikli olarak algılamış, yine tüm dondurmalar için şeker ilavesi önerisinde bulunmuştur. Dondurmalarla ilgili en önemli eleştiri ise dokunun olması gerekenden sert olmasıdır. Sonuç olarak boza, herle ve kuşburnunun dondurma üretiminde birlikte kullanılabilecek ürünler olduğu çıkarımına varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Boza, herle, kuşburnu marmeladı, duyusal analiz, dondurma.

Making Ice Cream from Boza, Herle, and Rosehip Marmalade: A Sensory Analysis Study

Abstract

Developing new gastronomic products from local products, conducting sensory analyses, and sharing them with the gastronomic world is crucial. In this study, four different ice creams were produced by combining boza, an ancient Turkish beverage, with Gümüşhane's local products of herle and rosehip marmalade. Sensory evaluations were conducted on these ice creams. The ice creams were evaluated by trained panelists (n=11). Evaluations were conducted via a survey, and descriptive analyses were conducted on the obtained data. Findings indicate that participants most favored the ice cream with a predominance of boza and equal amounts of herle and rosehip (ice cream coded 103). The second most popular ice cream was the ice cream with rosehip and boza (predominantly rosehip) (ice cream coded 102). Participants perceived sour and sweet flavors as the primary flavors in all ice creams and recommended adding sugar to all ice creams. The most significant criticism of the four ice creams was that the texture was too firm. Consequently, it was concluded that boza, herle, and rosehip can be used together in ice cream production.

Keywords: Boza, herle, rosehip marmalade, sensory analysis, ice cream.

Türk Mutfağı Geleneksel Yemeklerinin 3B Gıda Baskısına Uygunluk Açısından Değerlendirilmesi

Arş. Gör. Özge ÇAYLAK DÖNMEZ

Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
caylakoze.01@gmail.com
ORCID: 0000-0002-9394-5139

Özet

Bu araştırma, Türk mutfağına ait öne çıkan yemeklerin, 3B gıda yazıcısı teknolojisi ile üretilirliğini incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, TripAdvisor platformundaki kullanıcı yorumları ve puanlamalar dikkate alınarak gastronomik açıdan popüler 10 yemek belirlenmiştir. Belirlenen yemekler; içerik yapısı, kıvamı, viskozite özellikleri ve pişirme süreçleri açısından analiz edilerek 3B baskıya teknik uygunlukları yönünden değerlendirilmiştir. Bulgular, geleneksel Türk yemeklerinin birçoğunun 3B yazıcı ile doğrudan üretiminin mümkün olmadığını göstermektedir. Özellikle katı yapılı, lifli ve çok bileşenli yemeklerde, yapı bütünlüğünün sağlanabilmesi için öğütme, bağlayıcı madde ekleme veya ön işlem gereksinimi ortaya çıkmaktadır. Buna karşın, püre veya macun formundaki yemeklerin doğrudan ekstrüzyon yöntemi ile yazdırılabilir özellikte olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca, lahmacun gibi katmanlı yapıya sahip yemekler de kontrollü yazdırma süreçleri ile uyumlu bulunmuştur. Sonuç olarak, 3B gıda baskı teknolojisinin Türk mutfağına entegrasyonu teknik açıdan bazı sınırlamalara sahip olmakla birlikte, uygun reolojik özellikler taşıyan ve ön işleme uygun yemeklerde bu teknolojinin uygulanabilirliği umut vericidir. Bu çalışma, Türk mutfağının dijital üretim teknolojileriyle buluşması sürecine yönelik özgün bir bakış açısı sunmakta ve gelecekte yapılacak multidisipliner araştırmalara katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: 3B baskı, Türk mutfağı, yazdırılabilir gıda, gıda sınıflandırması, geleneksel yemekler.

Evaluation of Traditional Turkish Cuisine Dishes in Terms of Suitability for 3D Food Printing

Abstract

This study aims to examine the feasibility of producing prominent dishes from Turkish cuisine using 3D food printer technology. In the study, 10 gastronomically popular dishes were identified based on user reviews and ratings on the TripAdvisor platform. The identified dishes were analysed in terms of their content structure, consistency, viscosity properties and cooking processes, and their technical suitability for 3D printing was evaluated. The findings show that it is not possible to produce many traditional Turkish dishes directly with a 3D printer. In particular, solid, fibrous, and multi-component dishes require grinding, the addition of binding agents, or pre-processing to ensure structural integrity. In contrast, dishes in puree or paste form were found to be directly printable using the extrusion method. Additionally, layered dishes like lahmacun have been found to be compatible with controlled printing processes. In conclusion, although the integration of 3D food printing technology into Turkish cuisine has some technical limitations, the applicability of this technology in dishes with suitable rheological properties and suitable for pre-processing is promising. This study offers a unique perspective on the process of Turkish cuisine meeting digital production technologies and contributes to future multidisciplinary research.

Keywords: 3D printing, Turkish cuisine, printable food, food classification, traditional dishes.

Gastronomide Bulut Mutfak alışmaları: Sistematiik Literatür İncelemesi

Prof. Dr. Duran CANKÜL

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
dcankul@ogu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5067-6904

Dr. Işıl CANKÜL

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Diş Hekimliği Fakültesi
emecanisil@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5229-4571

Arş. Gör. Doğuhan EROğLU

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
doguhan.eroglu@ogu.edu.tr
ORCID: 0009-0000-9115-6040

Özet

Bu araştırmanın amacı, bulut mutfak konusuna ilişkin alanyazındaki çalışmaları inceleyerek kavramsal çerçeveyi, araştırma yönelimlerini ve temel tartişma alanlarını ortaya koymak; elde edilen bilgiler doğrultusunda bulut mutfakların sektör içindeki gelişim dinamikleri ve sürdürülebilirliğine yönelik değerlendirmeler yapmaktır. Bu doğrultuda araştırmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Veriler, Web of Science ve Scopus veri tabanlarından sistematik tarama yoluyla elde edilmiş; PRISMA protokolü doğrultusunda dahil etme ve hariç tutma kriterlerine göre 21 akademik yayın değerlendirilmiştir. Sistematiik literatür taraması Web of Science ve Scopus veri tabanlarından elde edilen çalışmalar üzerinden yürütölürken; TR Dizin kapsamındaki ulusal çalışmalar ise kavramsal çerçeveyi desteklemek amacıyla ayrıca değerlendirilmiştir. Sistematiik literatür taraması ile elde edilen alışmalar, PRISMA protokolü doğrultusunda belirlenen dahil etme ve hariç tutma kriterlerine uygun olarak analiz edilmiş ve bu kapsamda toplam 21 akademik çalışma değerlendirmeye alınmıştır. İncelenen akademik çalışmaların çoğunluğunda karma araştırma deseni tercih edilmiş; veri toplama aracı olarak ise anketler ve yarı yapılandırılmış mülakatlar kullanılmıştır. Coğrafi dağılım incelendiğinde, bulut mutfaklara ilişkin akademik üretimin büyük ölçüde Hindistan, Brezilya ve Çin gibi ölkelerde yoğunlaştığı görölmektedir. Tematik açıdan çalışmaların en çok tüketici davranışları, lojistik verimlilik, dijitalleşme ve COVID-19 salgını sonrası dönüşüm konularına odaklandığı görölmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, bulut mutfak, sistematik literatür incelemesi.

Cloud Kitchen Studies in Gastronomy: A Systematic Literature Review

Abstract

The aim of this study is to examine the academic literature on the cloud kitchen business model to identify current trends, areas of debate, and research gaps. Therefore, it aims to offer a holistic perspective on sectoral transformation and the sustainability of the cloud kitchen business model. A qualitative research method was adopted in this research, using document analysis as the data type and systematic literature review as the research methodology. The

systematic literature review was conducted using studies obtained from the Web of Science and Scopus databases, while national studies within the scope of the TR Index were also evaluated to support the conceptual framework. The studies obtained through the systematic literature review were analyzed in accordance with the inclusion and exclusion criteria determined in accordance with the PRISMA protocol, and a total of 21 academic studies were evaluated within this scope. Mixed research designs were the most frequently used research design, and surveys were the most frequently used data collection tool. A geographic distribution reveals that academic production on cloud kitchens is largely concentrated in countries such as India, Brazil, and China. Thematically, the studies seem to focus mostly on consumer behavior, logistics efficiency, digitalization, and post-COVID-19 pandemic transformation.

Keywords: Gastronomy, cloud kitchen, systematic literature review.

Rize’de Faaliyet Gösteren Restoran İşletmelerine Yönelik Tripadvisor’da Yer Alan Yorumların İncelenmesi

Lisansüstü Öğrenci, Berkan EREN

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
berkaneren.x@outlook.com
ORCID: 0009-0006-3695-3817

Öğr. Gör. Dr. Turgut TÜRKOĞLU

Artvin Çoruh Üniversitesi, Arhavi Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
turgutturkoglu@artvin.edu.tr
ORCID: 0000-0002-9535-1908

Özet

Araştırmada Rize’de faaliyet gösteren restoran işletmelerine yönelik çevrimiçi yorumların değerlendirilmesi ve bu sayede müşteri deneyiminin belirlenmesi amaçlanmıştır. Söz konusu amaç doğrultusunda Rize’de faaliyet gösteren restoran işletmelerine yönelik Tripadvisor sitesinde yer alan ve 1 Ocak 2024 - 10 Temmuz 2025 tarihleri arasında yapılmış müşteri yorumları incelenmiştir. İnceleme sonucunda 38 restoran işletmesine yönelik sözel içeriğe sahip 243 yoruma ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizinde MAXQDA’20 analiz programı kullanılmıştır. Analiz sürecinde öncelikle verilerin kontrolü sağlanmış, araştırmanın amacı ve kapsamı doğrultusunda “Olumlu Deneyim”, “Olumsuz Deneyim” ve “Beğenilen Ürünler” temaları belirlenmiştir. Olumlu ve olumsuz müşteri deneyimine ilişkin sonuçlara ulaşabilmek amacıyla her iki tema altında birbirine karşılık olabilecek kodlar oluşturulmuştur. Bu kapsamda Olumlu Deneyim teması altında “Porsiyonların Yeterli Olması, Uygun Fiyat, Ürün Çeşitliliğinin Yeterli Olması, Genel Memnuniyet, Servis Hızı, Hizmet Kalitesi, Lezzetli, Ürünler İyi Pişmiş, Ürünler Taze/Sıcak, Ürün/Mekân Hijyeni, Personelin Yaklaşımı, Tekrar Ziyaret Etme, Tavsiye Etme” kodları belirlenmiştir. Olumsuz Deneyim teması altında ise; “Eksik/Yanlış Ürün Getirilmesi, Porsiyonların Küçük Olması, Fahiş/Yüksek Fiyat, Ürün Çeşitliliğinin Az Olması, Genel Memnuniyetsizlik, Servis Yavaş, Hizmet Kalitesi, Lezzetsiz, Ürünler Az/Çok Pişmiş, Ürünler Bayat/Beklemiş/Soğuk, Ürün/Mekân Hijyeni, Personelin Yaklaşımı, Tekrar Ziyaret Etmeme, Tavsiye Etmeme” kodları belirlenmiştir. Ayrıca, Rize’deki restoran işletmelerini ziyaret eden müşterilerin hangi ürünleri beğendiğini belirlemek amacıyla “Beğenilen Ürünler” teması oluşturulmuş ve tema altında 16 farklı ürün belirlenmiştir. Bu kapsamda 242 yoruma yönelik 3 tema ve 43 kod belirlenmiş ve 815 kodlama gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda Rize’de faaliyet gösteren işletmelere yönelik genel memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu, ürünlerin lezzetli ve hizmetin kaliteli olduğu, personelin güler yüzlü yaklaştığı ve diğer müşterilere tavsiye edildiği belirlenmiştir. Olumsuz yorumların ise birkaç işletme üzerinde ağırlık kazandığı, bu işletmelerde bulunan personelin yaklaşımının müşteriler tarafından olumsuz karşılandığı, fiyatların yüksek algılandığı tespit edilmiştir. Bölgede tercih edilen ve en fazla beğenilen ürünlerin ise kuru fasulye, Rize kavurması, et döner, pide çeşitleri ve sütlaç olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Restoran işletmeleri, müşteri yorumları, Rize, gastronomi.

An Analysis of Tripadvisor Reviews of Restaurant Businesses Operating in Rize

Abstract

This study aims to evaluate online customer reviews of restaurant businesses operating in Rize in order to understand customer experiences. In line with this objective, customer comments posted on Tripadvisor between January 1, 2024, and July 10, 2025, regarding restaurants in Rize were examined. As a result of the review, 243 textual reviews related to 38 different restaurant businesses were collected. The data were analyzed using the qualitative data analysis software MAXQDA 2020. During the analysis process, the data were first reviewed and then categorized under three main themes: "Positive Experience," "Negative Experience," and "Popular Dishes," in accordance with the purpose and scope of the study. To identify the nature of both positive and negative customer experiences, corresponding codes were created under each theme. Under the theme of Positive Experience, the following codes were identified: "Sufficient Portions, Reasonable Prices, Adequate Product Variety, Overall Satisfaction, Fast Service, Service Quality, Delicious Food, Well-Cooked Dishes, Fresh/Hot Products, Product/Place Hygiene, Staff Attitude, Intention to Revisit, Recommendation to Others." Under the Negative Experience theme, the following codes were established: "Incorrect/Missing Orders, Small Portions, Overpriced/Expensive, Limited Product Variety, Overall Dissatisfaction, Slow Service, Poor Service Quality, Tasteless Food, Undercooked/Overcooked Dishes, Stale/Lef-tover/Cold Food, Poor Hygiene, Unfriendly Staff, No Intention to Revisit, No Recommendation to Others." Additionally, in order to determine which menu items were particularly appreciated by customers visiting restaurants in Rize, a third theme titled Popular Dishes was developed, comprising 16 distinct food items mentioned in the reviews. In total, 3 themes and 43 codes were derived from 242 customer reviews, resulting in 815 instances of coded data. The findings indicate that the overall satisfaction level with restaurants operating in Rize is high. Customers frequently praised the taste and quality of the food, the attentive and friendly attitude of the staff, and expressed willingness to recommend these restaurants to others. On the other hand, negative comments were found to be concentrated on a few specific businesses, primarily related to poor staff behavior and perceived high pricing. Among the most appreciated dishes in the region were kuru fasulye (stewed beans), Rize kavurması (braised beef), et döner (meat döner), various types of pide, and sütlaç (rice pudding).

Keywords: Restaurant businesses, customer reviews, Rize, gastronomy.

Malatya İlinde Faaliyet Gösteren Restoran İşletmelerine Yönelik Çevrimiçi Yorumların İncelenmesi

Öğr. Gör. Dr. Turgut TÜRKOĞLU

Artvin Çoruh Üniversitesi, Arhavi Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
turgutturkoglu@artvin.edu.tr
ORCID: 0000-0002-9535-1908

Arş. Gör. Nurullah KART

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
nkart@aku.edu.tr
ORCID: 0000-0002-1568-0702

Doç. Dr. İsa YAYLA

Giresun Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü
isa.yayla@giresun.edu.tr
ORCID: 0000-0002-6473-7904

Özet

Anadolu'nun köklü mutfak geleneklerine sahip olan Malatya, çeşitli yöresel lezzetleri ile gastronomi turizmi açısından önemli bir destinasyondur. Söz konusu lezzetleri her ne kadar hanelerde yaşatılıyor olsa da çeşitli restoranların menüsünde yer almakta ve tüketicilere sunulmaktadır. Bölgede faaliyet gösteren restoran işletmeleri bu yönüyle Malatya mutfağının korunması ve tanıtılmasında aktif rol oynamakta ve sorumluluk taşımaktadır. Çünkü müşteriler, sahip oldukları olumlu/olumsuz deneyimleri çevresi ile paylaşabilmekte ve potansiyel müşterilerin davranışları üzerinde yönlendirici etkiye sahip olabilmektedir. Özellikle dijitalleşmenin artması ve söz konusu ağızdan ağıza aktarımın çeşitli çevrimiçi platformlar aracılığıyla çok daha geniş çevreye kolay ve hızlı şekilde sağlanması, bölge imajının gelişimi açısından kritik öneme sahip olmuştur. Bu kapsamda araştırmada Malatya ili gastronomi imajının müşteri değerlendirmeleri doğrultusunda belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Malatya'da faaliyet gösteren restoran işletmelerinin mevcut durumunun belirlenmesi, müşteri memnuniyetinin ve memnuniyeti oluşturan kriterlerin incelenmesi, eksiklerin ve şikayetlerin tespit edilmesi üzerinde durulmuştur. Araştırmada, Malatya'da faaliyet gösteren ve turistler tarafından tercih edilen restoran işletmelerine yönelik 1 Ocak-5 Temmuz 2025 tarihleri arasında Google Haritalar sayfasında yapılan yorumlar incelenmiştir. İnceleme sonucunda 15 restoran işletmesine yönelik 1.396 değerlendirmeye ulaşılmıştır. Söz konusu değerlendirmeler arasında sözel içeriğe sahip 849 yorum içerik analizi ile incelenmiştir. Ulaşılan müşteri yorumlarının analizinde MAXQDA'20 nitel veri analizi programı kullanılmıştır. Bu kapsamda içerik analizi uygulanmış ve değerlendirmeye alınan 849 yoruma ilişkin "Olumlu Deneyim" ve "Olumsuz Deneyim" temaları altında 2240 adet kod oluşturulmuştur. Oluşturulan kodlar kod haritası ile görselleştirilmiş ve yorumlanmıştır. Araştırma sonucunda Malatya'nın zengin yöresel lezzetlere sahip olduğu, restoran işletmelerinin genel itibarıyla güzel bir atmosfere sahip olduğu, personelin güler yüzlü ve ilgili olduğu, ürün çeşitliliğinin zengin ve ürünlerin lezzetli olduğu ve fiyatların uygun karşılandığı belirlenmiştir. Bununla birlikte personelin yaklaşımı, ürünlerin eksik/yanlış gelmesi, servis süresinin uzun olması gibi şikayetlerin bazı restoran işletmelerinde olumsuz yorumların artmasına yol açtığı tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda bölge imajının korunması ve artırılması yönünde işletmelere ve ilgili paydaşlara yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Malatya, çevrimiçi yorum, müşteri deneyimi.

Investigation of Online Comments on Restaurant Businesses Operating in Malatya

Abstract

Malatya, which has deep-rooted cuisine traditions of Anatolia, is an important destination in terms of gastronomy tourism with its various local flavors. Although these local flavors are kept alive in households, they are also included in the menus of various restaurants and offered to consumers. In this respect, restaurant businesses operating in the region play an active role and bear responsibility for the preservation and promotion of Malatya cuisine. Because customers can share their positive/negative experiences with their environment and have a guiding effect on the behavior of potential customers. Especially with the increase in digitalization and the easy and fast provision of word-of-mouth transfer to a much wider environment through various online platforms, it has become critical for the development of regional image. In this context, this study aims to determine the gastronomy image of Malatya in line with customer evaluations. In line with this purpose, it was emphasized to determine the current situation of restaurant businesses operating in Malatya, to examine customer satisfaction and the criteria that constitute satisfaction, and to identify deficiencies and complaints. In the study, the comments made on Google Maps between January 1 and July 5, 2025 for restaurant businesses operating in Malatya and preferred by tourists were examined. As a result of the analysis, 1.396 reviews for 15 restaurant businesses were reached. Among these reviews, 849 comments with verbal content were analyzed by content analysis. MAXQDA'20 qualitative data analysis program was used to analyze the customer reviews. In this context, content analysis was applied and 2240 codes were created under the themes of "Positive Experience" and "Negative Experience" for the 849 comments evaluated. The codes were visualized and interpreted with a code map. As a result of the research, it was determined that Malatya has rich local flavors, restaurant businesses have a nice atmosphere in general, the staff is friendly and caring, the product variety is rich and the products are delicious, and the prices are affordable. However, it has been determined that complaints such as the staff's approach, serving missing/wrong products, and long service times have led to an increase in negative reviews in some restaurant businesses. In line with the results obtained, suggestions have been developed for businesses and relevant stakeholders in order to protect and increase the image of the region.

Keywords: Gastronomy, Malatya, online reviews, customer experience.

Savaş Yıllarında Ekmek Üzerinden Toplumsal Hafıza: II. Dünya Savaşı Dönemi Gazete Söylemleri

Öğr. Gör. Berre Zeynep UÇAN KAYAALP

İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bölümü
berrezeynepucankayaalp@gmail.com
ORCID: 0000-0003-1180-3100

Prof. Dr. Düriye BOZOK

Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
dbozok@balikesir.edu.tr
ORCID: 0000-0002-3703-6918

Özet

Bu çalışma, cumhuriyet döneminde ekmeğin yerinin toplumsal hafıza üzerinden nasıl şekillendiğinin anlaşılmasını amaçlamaktadır. Bu amaç çerçevesinde toplumsal hafıza üzerinde etkin rol oynayan gazete söylemleri, eleştirel söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir. Toplumsal hafızanın savaş, ekonomik kriz, siyasi gerginlikler dönemlerinde biçimlendiği düşünüldüğünde çalışma kapsamında incelenmek üzere Türkiye'nin kritik dönemlerinden biri olan II. Dünya Savaşı yılları seçilmiştir. Diğer yandan Mustafa Kemal Atatürk liderliğinde cumhuriyet ideolojisini güçlendirmek için kurulan ve dönemin sosyo-ekonomik yapısını yansıtarak dönemin etkili basın organlarından biri olan Cumhuriyet Gazetesi ise temel veri kaynağı olarak çalışmaya dahil edilmiştir. II. Dünya Savaşı yıllarını kapsayan 1 Eylül 1939 – 2 Eylül 1945 tarihleri arasında Cumhuriyet Gazetesi'nde yayımlanan 1920 adet gazete sayısı incelenerek ekmeğin başta olmak üzere temel gıdalara ilişkin haberler analiz edilmiştir. Bulgular, savaş yıllarında gazetelerde toplam 328 haberin yer aldığını ve bunların 221'inin ekmeğe ilgili olduğunu göstermektedir. Ekmek, özellikle "bolluk" ve "kıtlık" söylemleri etrafında şekillenmiştir. Savaşın ilk yılında bolluk vurgusu öne çıkarken sonraki yıllarda kıtlık söylemleri belirgin bir şekilde artış göstermiştir. Diğer yandan 179 adet kıtlık temalı ekmeğin haberleri içerisinde yer alan un karışımı, ekmeğin gramajını düşürme, diğer unlu mamul yasakları, karne sistemi gibi önlemlerin de toplumsal hafızaya etkisi incelenmiştir. Böylece ekmeğin üzerinden dönemin sosyo-kültürel yapısının da ortaya konması hedeflenmiştir. Sonuç olarak gazete söylemleri, ekmeğin yalnızca bir gıda maddesi olarak değil, kıtlık, dayanışma, ahlaki sınav ve devlet müdahalesiyle özdeşleşen bir sembol olarak konumlandırıldığı göstermektedir. Cumhuriyet Gazetesi'nin bu dönemdeki söylemleri, ekmeğin toplumsal hafızada kalıcı bir değer haline gelmesine ve bu değer ekmeğin vazgeçilmez konumunu pekiştirmesine katkı sağlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Ekmek, II. Dünya savaşı, toplumsal hafıza, gazete söylemleri.

Social Memory Through Bread During the War Years: Newspaper Discourses During World War II

Abstract

This study aims to understand how the place of bread during the Republican period was shaped through collective memory. Within this aim, newspaper discourses, which play an active role in shaping collective memory, were examined through the method of critical discourse analysis. Considering that collective memory is shaped during periods of war, economic crisis,

and political tensions, the years of World War II—one of the critical periods in Türkiye’s history—were selected for analysis. On the other hand, Cumhuriyet Newspaper, which was established under the leadership of Mustafa Kemal Atatürk to strengthen the ideology of the Republic and which reflected the socio-economic structure of the period, was included in the study as the main data source. A total of 1,920 issues of Cumhuriyet published between September 1, 1939, and September 2, 1945, were examined, and news related to staple foods, especially bread, was analyzed. The findings show that a total of 328 news articles were published in the newspapers during the war years, 221 of which were about bread. Bread was mainly shaped around the discourses of “abundance” and “scarcity.” While the theme of abundance was prominent in the first year of the war, scarcity discourses increased significantly in the following years. In addition, within the 179 scarcity-themed bread news articles, the effects of precautions such as flour mixtures, reduction of bread weight, bans on other bakery products, and the rationing system on collective memory were also examined. In this way, it was aimed to reveal the socio-cultural structure of the period through bread. As a result, newspaper discourses show that bread was positioned not only as a food item but also as a symbol associated with scarcity, solidarity, moral testing, and state intervention. The discourses of Cumhuriyet Newspaper during this period contributed to the establishment of bread as a lasting value in collective memory and reinforced its indispensable place.

Keywords: Bread, World war II, collective memory, newspaper discourses.

Dikey Tarıma İlişkin Yapılan Uygulamalar Açısından Karşılaştırılmalı Bir İnceleme

Arş. Gör. Emre SAMANCIOĞLU

Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
emre.samancioglu@kocaeli.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9816-3753

Prof. Dr. Emrah ÖZKUL

Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
emrah.ozkul@kocaeli.edu.tr
ORCID: 0000-0002-7938-6916

Özet

Hızla fazlalaşan insan nüfusu şehirleşmenin artmasına neden olmakta, bu durum doğal ve tarımsal alanlar üzerinde baskı yaratmaktadır. Özellikle tarımsal alanların şehirleşme sonucunda giderek daralması gıda üretimi ve tüketimi ile beraber gıda güvenliği konusunda tehlikelerle karşılaşılması sonucunu oluşturmaktadır. Bu kapsamda sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi ve gıda kalitelerinin artırılabilmesi açısından önemli yaklaşımlardan biri olan dikey tarım dikkat çekmektedir. Dikey tarım uygulamaları, sürdürülebilir şehirleşmenin yanı sıra kaliteli ve güvenli gıdaya ulaşılması için önem arz etmektedir. Araştırmanın amacı, sürdürülebilirlik açısından kilit yaklaşımlardan biri olan dikey tarıma ilişkin, farklı ölkelerde yapılan uygulamalar üzerinden karşılaştırılmalı bir değerlendirme yapmaktır. Araştırma dahilinde hem dikey tarım konusunda öne çıkan ölkelerin genel olarak gerçekeştirdikleri uygulamalar ve yatırımlar ele alınacak hem de Türkiye'nin ilgili uygulamalar bakımından mevcut durumu ortaya konacaktır.

Anahtar kelimeler: Dikey tarım, sürdürülebilirlik, sürdürülebilir tarım, gıda güvenliği.

A Comparative Study of Applications Related to Vertical Farming

Abstract

The rapidly growing human population is causing increased urbanization, which in turn is putting pressure on natural and agricultural areas. In particular, the gradual reduction of agricultural areas due to urbanization poses threats to food production, consumption, and food security. In this context, vertical farming, one of the key approaches for ensuring sustainability and improving food quality, is gaining attention. Vertical farming practices are crucial for achieving sustainable urbanization and ensuring access to high-quality, safe food. This research aims to conduct a comparative evaluation of vertical farming, one of the key approaches to achieving sustainability, based on its applications in various countries. The research will examine the general applications and investments of countries that stand out in the field of vertical farming, as well as Türkiye's current situation in terms of related applications.

Keywords: Vertical farming, sustainability, sustainable agriculture, food safety.

Restoran Derecelendirme Sistemlerinin Karşılaştırmalı Analizi

Doç. Dr. Ersan EROL

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
erol_ersan@hotmail.com
ORCID: 0000-0003-2774-2576

Arş. Gör. Eren YALÇIN

Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
yalcinerene@gmail.com
ORCID: 0000-0002-9927-1972

Özet

Bu çalışma, gastronomi sektöründe hizmet kalitesinin ölçülmesi, destinasyon imajının güçlendirilmesi ve tüketici tercihlerinin yönlendirilmesi açısından önemli işlevler üstlenen restoran derecelendirme sistemlerini karşılaştırmalı olarak analiz etmektedir. Nitel araştırma desenlerinden durum çalışması yöntemiyle yürütülen araştırmada, ikincil veriler doküman analizi yoluyla incelenmiş ve toplam dokuz farklı sistem (Michelin Yıldızı, Bib Gourmand, Yeşil Yıldız, World's 50 Best Restaurants, Forbes Travel Guide, AAA Diamonds, Gault & Millau, Zagat ve Yedy) yapısal ve işlevsel boyutlarıyla ele alınmıştır. İnceleme kapsamında, bu sistemlerin kuruluş temelleri, değerlendirme kriterleri, denetim mekanizmaları, hedef kitleleri ve sektörel etkileri değerlendirilmiştir. Michelin Yıldızı, üst düzey gastronomik kaliteyi; Bib Gourmand, uygun fiyatla nitelikli yemek sunumunu; Yeşil Yıldız ise sürdürülebilir mutfak uygulamalarını ödüllendirmektedir. Diğer sistemler ise küresel uzman oyları, kullanıcı deneyimleri veya bölgesel değerlendirme esaslarına dayalı olarak restoranları derecelendirmektedir. Elde edilen bulgular, bu sistemlerin yalnızca işletme düzeyinde değil, aynı zamanda gastronomi alanındaki yenilikçilik, rekabetçilik ve hizmet standartlarının yükseltilmesi açısından da belirleyici rol oynadığını göstermektedir. Çalışmanın, şefler, restoran yöneticileri ve gastronomi alanındaki diğer paydaşlar için yol gösterici ve farkındalık artırıcı katkılar sağlayacağı öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Restoran derecelendirme sistemleri, Michelin Yıldızı, Bib Gourmand, Yeşil Yıldız, gastronomi turizmi.

A Comparative Analysis of Restaurant Rating Systems

Abstract

This study presents a comparative analysis of restaurant rating systems, which play a significant role in measuring service quality in the gastronomy sector, strengthening destination image, and guiding consumer preferences. Conducted using a case study design within the scope of qualitative research, the study utilizes document analysis to examine nine distinct systems—Michelin Star, Bib Gourmand, Green Star, World's 50 Best Restaurants, Forbes Travel Guide, AAA Diamonds, Gault & Millau, Zagat, and Yedy—through their structural and functional dimensions. The analysis focuses on their founding principles, evaluation criteria, auditing mechanisms, target audiences, and sectoral impacts. While the Michelin Star rewards high-level gastronomic quality, Bib Gourmand emphasizes quality meals at affordable prices, and the Green Star recognizes restaurants with strong commitments to sustainable culinary practices. Other systems evaluate restaurants based on global expert votes, user experiences,

or regional assessment models. The findings indicate that these systems play a decisive role not only at the business level but also in promoting innovation, competitiveness, and service standards within the field of gastronomy. It is anticipated that the study will provide guiding insights and raise awareness among chefs, restaurant managers, and other stakeholders in the gastronomy sector.

Keywords: Restaurant rating systems, Michelin Star, Bib Gourmand, Green Star, gastronomic tourism.

Farklı Süt ve Şeker Türleri Kullanılarak Geliştirilen İrmik Helvalarının Duyusal Özellikleri ve Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi

Dr. Öğr.Üyesi. Hatice KAVUNCUOĞLU

Düzce Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
haticekavuncuoglu@duzce.edu.tr
ORCID: 0000-0003-3315-771X

Öğr. Gör. Dr. Vedat KAYIŞ

Düzce Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
vedatkayis@duzce.edu.tr
ORCID: 0000-0002-9026-5955

Öğr. Gör. Atıf AKKİL

Düzce Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
atifakkil@duzce.edu.tr
ORCID: 0000-0002-6705-4965

Özet

Bu araştırma, geleneksel Türk tatlısı irmik helvasının farklı süt ve şeker türleri kullanılarak yeniden formüle edilmesi sürecinde ortaya çıkan duyusal özelliklerin sistematik olarak değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Çalışmanın temel hedefi, alternatif süt ve şeker içeriklerinin ürünün duyusal nitelikleri üzerindeki etkisini ortaya koyarak, geleneksel lezzetlerin inovatif yaklaşımlarla geliştirilmesinin gastronomi turizmi bağlamında potansiyel katkılarını incelemektir. Ürün geliştirme sürecinde inek sütü, keçi sütü ve hindistan cevizi sütü ile farklı şeker türleri kullanılarak üç ayrı irmik helvası formülasyonu hazırlanmıştır. Duyusal analiz, 9'lu hedonik beğeni ölçeği ve 5'li tanımlayıcı ölçek kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Örneklem, amaçlı örnekleme yöntemi ile Düzce Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü'nde duyusal analiz eğitimi almış 12 panelistten oluşturulmuştur. Değerlendirmeler kontrollü laboratuvar koşullarında bireysel olarak yürütülmüştür. Elde edilen bulgular, süt ve şeker türlerindeki değişimin ürünlerin görünüm, doku, tat ve genel beğeni skorları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklara yol açtığını göstermektedir. Keçi sütü ve bitkisel süt içeren formülasyonların daha belirgin aromatik profillere sahip olduğu ve geleneksel tariflere yenilikçi alternatifler sunabileceği tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, geleneksel ürünlerin alternatif içeriklerle yeniden tasarlanmasının, gastronomi turizmi kapsamında yerel mutfakların çeşitlendirilmesi ve sürdürülebilir gastronomik ürün portföylerinin oluşturulmasında stratejik bir potansiyel taşıdığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: İrmik helvası, ürün geliştirme, duyusal analiz, alternatif sütler, gastronomi turizmi.

Sensory Properties of Semolina Halva Developed with Different Types of Milk and Sugar and Its Evaluation in Terms of Gastronomy Tourism

Abstract

This study aims to evaluate the sensory properties of *irmik helvası*, a traditional Turkish dessert, reformulated with different types of milk and sugar. The primary objective of the research is to determine how the use of alternative ingredients influences sensory characteristics and to explore the potential contributions of such innovative approaches to gastronomy tourism. Within the product development process, three separate formulations of *irmik helvası* were prepared using cow's milk, goat's milk, and coconut milk in combination with different sugar types. Sensory analysis was conducted using a 9-point hedonic scale (for liking) and a 5-point descriptive scale (for qualitative assessment). The sampling was carried out through purposive sampling, and the study population consisted of 12 panelists trained in sensory evaluation from the Department of Gastronomy and Culinary Arts at Düzce University. All evaluations were conducted individually under controlled laboratory conditions. The findings revealed that variations in milk and sugar types significantly affected appearance, texture, taste, and overall acceptance scores of the products. It was determined that formulations containing goat's milk and plant-based milk offered more pronounced aromatic characteristics and could serve as innovative alternatives to traditional recipes. These results highlight that reinterpreting traditional products with alternative ingredients holds substantial potential for diversifying local cuisines and developing sustainable gastronomic product portfolios within the context of gastronomy tourism.

Keywords: Semolina halva, product development, sensory analysis, alternative milks, gastronomy tourism.

Yetişkin Bireylerin Toplu Beslenme Hizmeti Aldıkları Mekân ve Yemek Tercihlerini Etkileyen Faktörler

Diyetisyen, Çiğdem AK

Özel Sağlık Meslek Hizmet Birimi
dytcigdemkarpuz@gmail.com
ORCID: 0009-0004-8360-1561

Doç. Dr. Dilek ONGAN

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü
dilek.ongan@ikc.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8948-9057

Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Nur SONGÜR BOZDA

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü
dytnur91@gmail.com
ORCID: 0000-0001-6412-8650

Özet

Günümüzde bireylerin yaşam tarzlarının ve tüketim alışkanlıklarının değişmesiyle toplu beslenme hizmeti veren mekanlarda yemek yeme sıklıkları artmıştır. Bu araştırma, toplu beslenme hizmeti veren işletmelerden yemek yiyen yetişkin bireylerin mekan ve yemek seçimlerini etkileyen faktörleri ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmanın örneklemini 18 yaş üstü yetişkin bireyler oluşturmuştur. Çalışma verileri İzmir’de yüz yüze görüşme yöntemiyle anket formu ile toplanmıştır. Anket formu sosyo-demografik özellikler, sağlık bilgileri, toplu beslenme hizmeti veren mekanlardan yemek yeme nedenlerine ilişkin sorular, tüketicilerin mekan seçimlerine etki eden faktörlere ilişkin sorular, tüketicilerin yemek seçimlerine etki eden faktörlere ilişkin sorulardan oluşmaktadır. Çalışmaya 57 kişi katılmıştır ve katılımcıların %66,7’si kadın olup, çoğu bekâr (%87,7) ve öğrencidir (%64,9). Katılımcıların büyük çoğunluğunun (%93) herhangi bir hastalığı bulunmamaktadır. Katılımcıların %43,9’u hafta içi 1-3 kez, %24,6’sı hafta içi 3-5 kez toplu beslenme hizmeti veren mekanlarda yemek yemektedir. Katılımcıların dışarıda yemek yeme nedenleri; aile, arkadaş ile vakit geçirmek (%87,8), farklı lezzetler denemek (%38,6) ve farklı bir ortam görmektir (%33,3). Katılımcıların %45,6’sı evde yemek yemeye zamanı olmadığı için ve %43,9’u evde yemek hazırlamak zor olduğu için dışarıda yemek yemektedir. Bireylerin büyük çoğunluğu (%80,7) mekanın atmosferinin (koku, ferahlığı), %49,1’i mekanın bilinirliğinin, %86’sı hijyen koşullarının, %49,1’i iç dizaynının/renklerinin, %77,2’si mekanın konumu ve ulaşılabilirliğinin, %59,6’sı mekanın sosyal medya/online sipariş platformlarındaki yorumlarının mekan seçiminde önemli olduğunu bildirmiştir. Katılımcılar mekanın fotoğraflarına sosyal medyadan baktığını, mekanda müzik olmasının önemli olduğunu, müziklerin yüksek sesli olmasından olumsuz etkilendiğini ve kalabalık mekanlarda yemek yerken acele ettiğini belirtmiştir. Bireylerin %86’sı yemeklerin kalitesinin, %63,2’si yemeklerin çeşitliliğinin, %33,3’ü yemeklerin sunumunun, %63,2’si yemeklerin sıcak sunulmasının mekan seçiminde etkili olduğunu bildirmiştir. Katılımcıların %63,2’si yemeklerin sağlıklı olmasının yemek seçimini etkilediğini, %70,2’si yeni tatlar ve lezzetler keşfetme isteğinin yemek seçiminde etkili olduğunu belirtmiştir. Bu çalışma, büyük bir rekabetin yaşandığı toplu beslenme sektöründe faaliyet gösteren restoranların yöneticilerine; genç tüketicilerin mekan seçimlerinde etkili olan faktörlerin dikkate alması açısından yol gösterici olabilir.

Anahtar Kelimeler: Restoran, tüketici, yemek tercihleri.

Factors Affecting Adults' Venue And Food Preferences

Abstract

Today, with changing lifestyles and consumption habits of individuals, eating frequency at venues that provide foodservices has increased. This research aims to reveal the factors influencing venue and food choices of adults dining at establishments providing foodservices. Sample consisted of adults aged >18y. Data were collected via survey using face-to-face interview method in Izmir. Survey form included questions about socio-demographic characteristics, health information, reasons for eating at venues, factors influencing consumers' venue and food choices. 57 people participated in the study, and 66.7% were female, 87.7% were single, 64.9% were students. The majority (93%) did not have any illness. 43.9% ate at venues 1-3 times and 24.6% 3-5 times on weekdays. Reasons for eating out were spending time with family&friends (87.8%), trying different flavors (38.6%), experiencing different environment (33.3%). 45.6% ate out because they did not have time to eat at home, because of difficulty in preparing food at home (43.9%). The majority (80.7%) reported that atmosphere (smell, freshness) of the venue was important when choosing a restaurant, the venue's reputation (49.1%), hygiene conditions (86%), interior design/colors (49.1%), the venue's location and accessibility (77.2%), and the venue's reviews on social media/online ordering platforms (59.6%). Participants stated that they looked at photos of the venue on social media, having music in the venue was important, loud music negatively affected, and that they felt rushed when eating in crowded venues. 86% of participants reported that food quality, variety (63.2%), presentation (33.3%), and hot food (63.2%) were factors in their restaurant selection. 63.2% of participants reported that healthiness of food influenced their meal selection, and 70.2% indicated that the desire to explore new tastes and flavors influenced their meal selection. This study may guide restaurant managers operating in the highly competitive catering sector by considering the factors that influence young consumers' restaurant selections.

Keywords: Restaurant, consumer, food preferences.

Gastronomide Dijitalleşmenin Mutfağa Etkileri: Bir Literatür Taraması

Dr. Öğr. Üyesi Seda Nur KESKİN

Amasya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
seda.keskin@amasya.edu.tr
ORCID: 0000-0003-3769-0968

Doç. Dr. İbrahim İLHAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ibrahim@nevsehir.edu.tr
ORCID: 0000-0002-6614-9356

Doç. Dr. Cevat ERCİK

Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
cevatercik@mersin.edu.tr
ORCID: 0000-0002-9768-0027

Özet

Gastronomi sektörü, dijital teknolojilerin etkisiyle önemli bir dönüşüm sürecine girmiştir. Bu dönüşüm, yalnızca mutfak donanımlarının gelişimiyle sınırlı kalmamış; üretim, sunum, planlama ve pazarlama gibi birçok mutfak sürecini de yeniden şekillendirmiştir. Bu çalışmada, mutfakta uygulanan nesnelerin interneti, robotik sistemler, yapay zekâ uygulamaları, 3D yazıcı teknolojiler, sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) uygulamaları hakkında literatür taraması yapılmış olup, ikincil verilerden yararlanılmıştır. Ayrıca, dijital teknolojilerin mutfak alanındaki etkilerine değinilmiştir. Bulgular, mutfakta dijital teknolojilerin gastronomide sadece operasyonel verimliliği artırmakla kalmadığını; aynı zamanda sürdürülebilirlik, kaynak optimizasyonu, kişiselleştirilmiş hizmet sunumu, standartlaşma ve müşteri deneyimi gibi alanlarda da önemli stratejik avantajlar sağladığını göstermektedir. Dijitalleşme, gastronomi alanında yenilikçi iş modellerinin gelişmesini desteklemekte ve sektörün rekabet gücünü artırmaktadır. Bu bağlamda, mutfakların dijital dönüşümü, gastronomi disiplininin evriminde kritik bir rol oynamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, mutfak teknolojileri, gastronomi.

The Impact of Digitalization on Kitchen Practices in Gastronomy: A Literature Review

Abstract

The gastronomy sector has entered a significant transformation process under the influence of digital technologies. This transformation is not limited to the development of kitchen equipment; it has also reshaped numerous culinary processes such as production, presentation, planning, and marketing. In this study, a literature review was conducted using secondary data on the application of various digital technologies in kitchen environments, including the Internet of Things (IoT), robotic systems, artificial intelligence (AI), 3D printing technologies, virtual reality (VR), and augmented reality (AR). Additionally, the impacts of these technologies on kitchen operations were examined. The findings reveal that digital technologies in gastronomy not only enhance operational efficiency but also offer significant strategic advantages in

areas such as sustainability, resource optimization, personalized service delivery, standardization, and customer experience. Digitalization supports the development of innovative business models in the gastronomy field and increases the sector's competitiveness. In this context, the digital transformation of kitchens plays a critical role in the evolution of the gastronomy discipline.

Keywords: Digitalization, kitchen technologies, gastronomy.

Gastronomi ve İnovasyon: Afyon Lokumu Üzerine Duyusal Bir Değerlendirme

Lisanüstü Öğrenci, Elif ÇİĞİLTEPE

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
elif.cigiltepe@aku.edu.tr
ORCID: 0009-0008-5275-2681

Dr. Öğr. Üyesi Tuğba DEDEBAŞ

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Bolvadin Meslek Yüksekokulu, Gıda İşleme Bölümü
tdebas@aku.edu.tr
ORCID: 0000-0003-1663-0165

Dr. Öğr. Üyesi Asilhan Semih MUTLU

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
smutluc@aku.edu.tr
ORCID: 0000-0002-5235-7090

Özet

Bu çalışmada, Afyonkarahisar mutfağının gastronomi ve inovasyon arasındaki dinamik ilişkisi incelenerek, yöresel lezzetlerin farklı yaklaşımlarla nasıl yeniden yorumlanabileceğine dair bir bakış açısı sunmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda, şehrin özgün ve sembolik ürünlerinden biri olan kaymaklı lokum, geleneksel yapısını muhafaza ederek, yörenin bir diğer önemli lezzeti olan vişne ile entegre edilerek, farklı krema dolguları (süt kaymağı, vişne özütü, haşhaş ezmesi ve mascarpone peyniri ile hazırlanan krema) ile Afyon Kocatepe Üniversitesi Bolvadin Meslek Yüksekokulu Gıda Teknolojisi bölümünde eğitim gören 25 eğitilmiş panelistle duyusal değerlendirme gerçekleştirilmiştir. Lokum örneklerinin duyusal değerlendirilmesinde çok kriterli karar verme tekniklerinden SAW (The Simple Additive Weighting) tekniği kullanılmıştır. Çalışma kapsamında vişne kremalı lokumun tüketici beğenisi, vişne özünün lokum üzerindeki olumlu etkisini net bir şekilde ortaya koymuştur. Buna karşın, süt kaymağının tercih edilmesi, malzeme uyumsuzluğuna işaret etmektedir. Haşhaş ezmeli lokum ve vişneli kremalı lokumların yapışkanlık ve diğer dokusal özelliklerinin diğer lokumlara göre daha iyi olması bu kombinasyonların kabul görme potansiyelini desteklemiştir. Bu çalışma, vişne aromalı lokumun farklı iç krema kombinasyonları ile elde edilen tat ve dokusal özelliklerinin, tüketici tercihlerini belirlemede önemli bir rol oynadığını ortaya koymuştur. Geleneksel lezzetlerin inovatif yaklaşımlarla yeniden yorumlanmasının, yöresel ürünlerin tanıtımına, çeşitliliğine ve tüketici nezdindeki algısına önemli katkılar sağlayabileceği vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, inovasyon, Afyon lokumu, tüketici kabulü.

Gastronomy and Innovation: A Sensory Evaluation of Afyon Lokum

Abstract

This study examines the dynamic relationship between gastronomy and innovation in Afyon-karahisar cuisine, aiming to provide a perspective on how local flavors can be reinterpreted through different approaches. In this context, one of the city's unique and symbolic products, kaymaklı lokum (Turkish delight with clotted cream), was integrated with sour cherry, another important regional delicacy, while preserving its traditional structure. A sensory evaluation was conducted with 25 trained panelists studying at the Food Technology Department of Afyon Kocatepe University's Bolvadin Vocational School. The Simple Additive Weighting (SAW) technique, a multi-criteria decision-making technique, was used in the sensory evaluation of the Turkish delight samples. Consumer appreciation of the sour cherry cream Turkish delight within the study clearly demonstrated the positive impact of sour cherry extract on the Turkish delight. Conversely, the absence of sour cream indicated an incompatibility with the ingredients. The similarity of the stickiness and other textural characteristics of poppy seed-based Turkish delight to those of sour cherry cream Turkish delight supported the potential acceptance of these combinations. This study revealed that the taste and textural characteristics of sour cherry-flavored Turkish delight, achieved through different cream filling combinations, play a significant role in determining consumer preferences. It emphasized that reinterpreting traditional flavors with innovative approaches can significantly contribute to the promotion, diversity, and consumer perception of local products.

Keywords: Gastronomy, innovation, Turkish delight, consumer acceptance.

Dijital Çağda Mutfak Kişiliği: İstanbul'daki Michelin Yıldızlı Şeflerin Dijital Temsilleri

Prof. Dr. Saadet Pınar TEMİZKAN

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
sptemizkan@ogu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-8200-9564

Öğr. Gör. Batuhan AKTEPE

Bartın Üniversitesi, Bartın Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
baktepe@bartin.edu.tr
ORCID: 0000-0003-3246-7265

Özet

Bu çalışma, İstanbul'da Michelin yıldızına sahip sekiz şefin dijital ortamlarda kendilerini nasıl temsil ettiklerini incelemeyi amaçlayan nitel bir içerik analizidir. Araştırmada, "aşçılık personası" kavramı merkezinde, şeflerin mesleki biyografi anlatıları, sosyal medya paylaşımları ve gastronomik söylemleri çok katmanlı bir biçimde değerlendirilmiştir. Veri toplama sürecinde her şefin kişisel ve kurumsal dijital mecraları (web siteleri, LinkedIn, Michelin Guide tanıtımları, Instagram hesapları) analiz edilmiş; özellikle Instagram'da hem bireysel hem restoran hesaplarından yayımlanan son 20 paylaşım incelenmiştir. Veri analizi, Johnston, Rodney ve Chong (2014) tarafından geliştirilen yedi kişilik tipi (*homebody*, *home stylist*, *chef-artisan*, *maverick*, *gastrosexual*, *pin-up*, *self-made man*) temel alınarak yürütülmüştür. Elde edilen bulgular, dijital mecraların şeflerin mesleki otoritelerini pekiştirmek ve bireysel marka inşa etmek için nasıl kullanıldığını ortaya koymakta; aynı zamanda toplumsal cinsiyet, kültürel sermaye ve estetik anlatı gibi değişkenlerin dijital persona kurgusundaki rolüne ışık tutmaktadır. Çalışma, gastronomi, dijital kültür ve medya temsili kesişiminde disiplinlerarası bir katkı sunmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Mutfak kişiliği, Michelin Yıldızı, dijital temsil, sosyal medya.

Culinary Personality in the Digital Age: Digital Representations of Michelin Starred Chefs in İstanbul

Abstract

This study is a qualitative content analysis that aims to examine how eight Michelin-starred chefs in İstanbul represent themselves in digital environments. In the study, the chefs' professional biographical narratives, social media posts and gastronomic discourses were evaluated in a multi-layered manner, centered on the concept of "culinary persona". During the data collection process, each chef's personal and corporate digital channels (websites, LinkedIn, Michelin Guide promotions, Instagram accounts) were analyzed; especially the last 20 posts published on Instagram from both individual and restaurant accounts were examined. The data analysis was based on the seven personality types (*homebody*, *home stylist*, *chef-artisan*, *maverick*, *gastrosexual*, *pin-up*, *self-made man*) developed by Johnston, Rodney and Chong (2014). The findings reveal how digital channels are used by chefs to reinforce their professional authority and build individual brands, and shed light on the role of variables such as gender, cultural capital and aesthetic narrative in digital persona construction. The study aims to make an interdisciplinary contribution at the intersection of gastronomy, digital culture and media representation.

Keywords: Culinary personal, Michelin Star, digital representation, social media.

Gastronomide Sağlık Trendleri: Fonksiyonel Gıda İçeren Menülerin Diyetetik Açıdan Değerlendirilmesi

Arş. Gör. Dr. Ayşe Gökçe ALP

Toros Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakóltesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü
aysegokce.alp@toros.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9931-3362

Özet

Sürdürülebilirlik ve kişiselleştirilmiş beslenme kavramlarının ön plana çıktığı günümüzdeki beslenme modelleri ile bireylerin sağlıklı besin tüketme isteği artmaktadır. Bu kavrama paralel olarak beslenme, yeni bir yemeği tatmak, farklı lezzetler ve aromalar deneyimlemek uğruna seyahat edilen bir amaç haline gelmiştir. Bu deneyimleme isteği gastronomi turizminin bir parçası olarak sektörün gelişimine katkıda bulunan, turistik faaliyetleri canlandıran bir etkidir. Gastronomi turizmi de bu eğilime paralel olarak gelişmeye devam etmektedir. Son yıllarda artan çeşitli hastalıklar sebebiyle, gıdalar besleyici değerlerinin ötesinde sağlığa olan olumlu katkıları ile değerlendirilmektedir. Bu bakımdan da fonksiyonel gıda terimi popülerlik kazanmaya başlamıştır. Fonksiyonel gıdalar; bağışıklık sistemini destekleyici, sindirim sağlığını düzenleyici, kardiyovasküler hastalık riskini azaltıcı yararlar sağlayan, doğal ya da zenginleştirilmiş besinler olarak tanımlanmaktadır. Glutensiz, laktozsuz, vegan, omega-3 ile zenginleştirilmiş ya da fermente gıdalarla oluşturulan örnek menüler, sadece lezzet değil; sağlıklı yaşam algısını da destekleyerek destinasyonların marka değerini artırmaktadır. Yapılan çalışmalarda, çeşitli turistik işletmelerde sunulan menüler detaylı biçimde incelenmiş; bu menülerin içerdiği makro ve mikro besin öğeleri, diyet lifi (posa), antioksidan kapasite ve fonksiyonel bileşenler (örneğin probiyotikler, prebiyotikler, polifenoller) açısından kapsamlı bir değerlendirme yapılmıştır. Ayrıca, söz konusu menülerin bireylerin özel beslenme gereksinimlerine uygunluğu (örneğin vegan, glutensiz, düşük FODMAP, düşük sodyum, laktozsuz) diyetetik prensipler doğrultusunda analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, fonksiyonel gıdalarla zenginleştirilmiş menülerin yalnızca bireysel sağlık hedeflerine katkı sağlamakla kalmadığını, aynı zamanda gastronomik deneyimi kişiselleştirerek turist memnuniyetini artırdığını ve bu sayede destinasyonların rekabet gücünü ve tercih edilebilirliğini de olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Bu bağlamda, fonksiyonel gıdaların bilinçli entegrasyonu ile oluşturulan menüler, gastronomi turizmi alanında hem sağlık temelli bir değer önerisi sunmakta hem de sürdürülebilir ve yenilikçi mutfak uygulamalarına öncülük etmektedir. Sonuç olarak, gastronomi turizminin sürdürülebilirliği, yalnızca kültürel mirasa değil; aynı zamanda bireyin sağlık ve beslenme gereksinimlerine de hitap eden yaklaşımlarla güçlendirilebilir. Fonksiyonel gıda içeren menülerin doğru planlanması ve bilimsel temelli sunulması, turist memnuniyetinin yanı sıra sağlıklı toplum hedeflerine de katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Fonksiyonel gıda, sağlıklı menü, gastronomi turizmi, diyetetik, beslenme trendleri.

Emerging Health Trends in Gastronomy: Dietetic Assessment of Functional Food-Based Menus

Abstract

In today's world, where sustainability and personalized nutrition are increasingly emphasized, individuals are becoming more motivated to consume healthier foods. In parallel with this trend, nutrition has evolved beyond a basic physiological necessity and has become a primary reason

for travel — as individuals seek to taste new dishes and experience diverse flavors and aromas. This desire for culinary exploration contributes significantly to the growth of gastronomy tourism and enhances the vibrancy of touristic activities. In recent years, due to the rising prevalence of chronic diseases, foods have begun to be evaluated not only for their nutritional value but also for their potential health benefits. Accordingly, the concept of functional foods has gained popularity. Functional foods are defined as natural or fortified products that provide additional health advantages, such as supporting the immune system, improving digestive health, and reducing the risk of cardiovascular diseases. Menu options such as gluten-free, lactose-free, vegan, omega-3 enriched, and fermented foods contribute not only to taste but also to the perception of healthy living, thereby enhancing the brand value of tourism destinations. Studies have analyzed menus offered at various touristic establishments in detail, evaluating them in terms of macro- and micronutrient content, dietary fiber, antioxidant capacity, and functional components (e.g., probiotics, prebiotics, polyphenols). Furthermore, these menus have been assessed in accordance with dietetic principles for their compatibility with special dietary needs (e.g., vegan, gluten-free, low-FODMAP, low-sodium, lactose-free). Findings indicate that menus enriched with functional foods not only support individual health goals but also personalize the gastronomic experience, increasing tourist satisfaction and contributing to the competitiveness and attractiveness of destinations. In this context, menus consciously designed with functional foods offer a health-centered value proposition and lead the way for sustainable and innovative culinary practices in gastronomy tourism. Ultimately, the sustainability of gastronomy tourism can be enhanced through approaches that address both cultural heritage and individual nutrition needs. Scientifically grounded planning and presentation of menus containing functional foods may contribute not only to tourist satisfaction but also to public health goals.

Keywords: Functional foods, healthy menu, gastronomy tourism, dietetics, nutrition trends.

Ankara Şehirlerarası Otobüs Terminalinde (AŞTİ) Yer Alan Gıda İşletmelerinin Atık Yönetimi Uygulamaları

Lisansüstü Öğrenci, Yılmaz SAMİ TOKER

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
A.B.D.
yilmaz_toker20@erdogan.edu.tr
ORCID: 0009-0008-6554-5737

Prof. Dr. Semra AKAR ŞAHİNGÖZ

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
semra.sahingoz@hbv.edu.tr
ORCID:0000-0001-6727-5277

Özet

Gıda atıkları ve bununla bağlantılı olarak gıda israfı, tarladan sofraya gelinceye kadar birçok aşamada meydana gelmektedir. Bu durum, çevreye sorunlar yarattığı gibi, sağlık problemleri ve ekonomik kayıplara da yol açmaktadır. Dünya genelinde her yıl yaklaşık olarak 1,3 milyar ton gıda israf edilmektedir. Türkiye’de ise her yıl 8,7 milyon ton gıda israf olmaktadır. Bu araştırmada, Ankara Şehirlerarası Otobüs Terminali’ndeki gıda işletmesinin gıda atık yönetimi uygulamalarının incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada terminalde faaliyet gösteren dokuz işletme yöneticisi ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, işletmelerin altısının ambalajları ayırttığı, tamamının atık yağları geri dönüşüme verdikleri belirlenmiştir. Ancak bilinçsiz bir şekilde gıda israfı yapıldığı ve gıda atığı yönetimine yönelik sistemli olmayan barınaklara verme, çöpe atma ihtiyaç sahiplerine verme gibi uygulamalar yaptıkları belirlenmiştir. Ayrıca işletme yöneticileri bu konuda iyileştirmeler yapılmasının gerekliliğine inandıklarını da ifade etmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Atık yönetimi, gıda atık yönetimi, israf, AŞTİ.

Waste Management Practices of Food Businesses Located at Ankara Intercity Bus Terminal (AŞTİ)

Abstract

Food waste, and consequently food loss, occurs at many stages from farm to table. This situation not only causes environmental problems but also leads to health issues and economic losses. Globally, approximately 1.3 billion tons of food are wasted every year. In Türkiye, around 8.7 million tons of food are wasted annually. The aim of this study is to examine the food waste management practices of a food business operating at the Ankara Intercity Bus Terminal. In the study, face-to-face interviews were conducted with the managers of nine businesses operating in the terminal. According to the results obtained, six of the businesses separate packaging waste, and all of them send waste oil for recycling. However, it was also found that food is being wasted unconsciously and that unsystematic practices such as throwing food away, donating it to shelters, or giving it to people in need are being followed for managing food waste. In addition, business managers expressed their belief that improvements in this area are necessary.

Keywords: Waste management, food waste management, food waste, Ankara intercity bus terminal.

Yemek Kültürünün Görünmeyen Yüzü: Türklerde Entomofajiye Dair Kavramsal Bir Yaklaşım

Lisansüstü Öğrenci, Hasan Samet TANDOĞAN

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
tandoganhasansamet@gmail.com
ORCID: 0009-0003-3080-7454

Doç. Dr. Mehmet Sedat İPAR

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
iparsedat@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7718-7913

Özet

Her ulusun kendine ait beslenme alışkanlıkları bulunmaktadır. Bu alışkanlıklar coğrafya, ekonomi, siyaset ve din gibi sosyolojik etmenlerden etkilenmektedir. Toplumlar arasındaki birçok farklı tüketim alışkanlıklarından birisi de yenilebilir böceklerdir. Yenilebilir böcekler Güneydoğu Asya, Sahra altı Afrika'sı ve Güney Amerika'da toplumların diyetinin bir parçasıyken Avrupa ve Kuzey Amerika'da mide bulandırıcı ve iğrenç bir ürün olarak görülmektedir. Literatürdeki yapılan çalışmalar da Avrupalılar ve Kuzey Amerikalılar gibi mide bulandırıcı bir ürün olarak gördüğünü göstermektedir. Bu noktadan hareketle çalışma, Türklerin böcek tüketim alışkanlığına sahip olmamalarının nedenlerini incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma sonucunda, Türklerin Anadolu'ya geldikten sonra böcek tüketim alışkanlığını kaybettiğini, öncesinde Orta Asya'da yenilebilir böceklerin Türklerin diyetinin bir parçası olduğu görülmüştür. Türklerin Anadolu'da bu alışkanlığı kaybetmesinin sebebi ise artan gıda çeşitliliği ile beraber böceklerin tüketiminin sadece kıtlık ve büyük açlıklar gibi durumlarda son çare olarak tüketilen bir gıda olmasıdır. Buna ek olarak Türklerin İslamiyet'e geçtikten sonra sünnet olan çekirge gibi yenilebilir böcekleri yemeyi bırakmaları bu durumun dini nedenlerden değil; coğrafi sebeplerden dolayı gerçekleştiğini kanıtlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Yenilebilir böcekler, Türkler, beslenme alışkanlıkları.

The Unseen Side of Food Culture: A Conceptual Approach to Entomophagy Among Turks

Abstract

Each nation has its own eating habits. These habits are affected by sociological factors such as geography, economy, politics and religion. One of the many different consumption habits among societies is edible insects. While edible insects are part of the diet of societies in Southeast Asia, sub-Saharan Africa and South America, they are seen as a disgusting and disgusting product in Europe and North America. Studies in the literature also show that Turks see it as a disgusting product like Europeans and North Americans. From this point of view, this study aims to examine the reasons why Turks do not have insect consumption habits. As a result of the study, it is possible to say that the Turks lost the habit of consuming insects after coming to Anatolia, before that, edible insects were a part of the Turkish diet in Central Asia. The reason why Turks lost this habit in Anatolia is that with the increasing food diversity, the consumption of insects is a food consumed only as a last resort in cases such as famine and

great hunger. In addition, the fact that the Turks stopped eating edible insects such as locusts, which were circumcised after the conversion to Islam, proves that this was not for religious reasons but for geographical reasons.

Keywords: Edible insects, Turks, eating habits.

Tarsus Mutfağının Sosyal Medyadaki Yansımaları: YouTube İçeriklerinin Analizi

Doç. Dr. Savaş EVREN

Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
savasevren@gumushane.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4558-9720

Dr. Öğr. Üyesi Emine ŞİMŞEK EVREN

Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
emine.simsekevren@gumushane.edu.tr
ORCID: 0000-0002-9531-5261

Özet

Sosyal medya, seyahat kararı verme üzerinde büyük etkisi olan bir olgudur. Son yıllarda destinasyonların yemek kültürünü tanıtmaya yönelik üretilen içeriklerin artması, gastronomi turizmi açısından da sosyal medyayı önemli hale getirmiştir. Tarsus da sosyal medyada gastronomisiyle dikkat çeken destinasyonlardan biridir. Çalışmada Tarsus mutfağına yönelik YouTube’da üretilen içeriklerin kent mutfağını nasıl yansıttığının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda 11 video belirlenmiş ve bu videolar hem görsel açısından hem de içerikleri deşifre edilip yazılı olarak incelenmiştir. Betimsel analiz tekniği kapsamında “Ana Gastronomik Unsurlar”, “Diğer Gastronomik Unsurlar” ve “Gastronomi Turizmi” temaları altında değerlendirmeler sunulmuştur. Bulgular; Ayran-Simit, Tarsus Kebabı, fındık lahmacun, kuşgözü lahmacun, Tarsus usulü humus, ciğer ve diğer sakatatlar gibi yemekler ile şalgam, ayran, kaynar, keçiboynuzu kahvesi, Tarsusi gibi içeceklerin öne çıktığını göstermiştir. Ayrıca mamül, cezerye gibi yöreye has tatlılar ile Lübnan usulü künefe dikkat çekmektedir. Diğer gastronomik ürünler açısından keçiboynuzu ürünleri ve sarı ulak zeytini önemlidir. Gastronomi turizmi kapsamında ise tüm içerik üreticileri kenti önermişler, kendine has mutfağı olduğunda hemfikir olmuşlardır.

Anahtar Kelimeler: Mutfak kültürü, sokak lezzetleri, sosyal medya, gastronomi turizmi, YouTube, Tarsus.

Reflections of Tarsus Cuisine on Social Media: Analysis of YouTube Content

Abstract

Social media is a phenomenon that has a significant impact on travel decisions. The increase in content produced in recent years to promote destinations' food culture has also made social media important for gastronomic tourism. Tarsus is one of the destinations that has attracted attention on social media for its gastronomy. The study aimed to determine how content produced on YouTube about Tarsus cuisine reflects the city's cuisine. Eleven videos were identified, and these videos were analyzed visually, their content was transcribed and then transcribed in written form. Using descriptive analysis, evaluations were presented under the themes of "Main Gastronomic Elements," "Other Gastronomic Elements," and "Gastronomic Tourism." Findings revealed that dishes such as ayran-simit (a type of Turkish simit), fındık lahmacun, kuşgözü lahmacun, Tarsus kebabı (a type of Turkish kebab), Tarsus-style hummus, liver, and other offal, as well as beverages such as turnip juice, ayran, kaynar (a type of Turkish kebab),

carob coffee, and Tarsusi were prominent. Additionally, regional desserts like mamul and ce-zerye, as well as Lebanese-style künefe, are noteworthy. Other gastronomic products include carob products and Sarı Ulak olives. As for gastronomic tourism, all content creators have recommended the city and agree that it has unique cuisine.

Keywords: Culinary culture, street food, social media, gastronomy tourism, YouTube, Tarsus.

Slow Food Kavramının Metaforik Algıları: Analitik Bir Yaklaşım

Doç. Dr. Adem ADEMOĞLU

Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
adem.ademoglu@gibtu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9649-2019

Özet

Bu çalışmanın temel amacı, modern tüketim kültürünün hız, pratiklik ve kitlesel üretim anlayışına karşı bir duruş sergileyen Slow Food hareketini metaforik bir bakış açısıyla incelemektir. Slow Food'un yalnızca bir beslenme tercihi değil; aynı zamanda yerel gıdaların korunması, kültürel mirasın yaşatılması ve sürdürülebilir yaşam biçimlerinin teşviki açısından taşıdığı çok katmanlı anlamlar ortaya konulmak istenmektedir. Bu bağlamda çalışma, bireylerin Slow Food kavramına yükledikleri metaforlar aracılığıyla, hareketin modern tüketim alışkanlıkları karşısındaki eleştirel ve dönüştürücü potansiyelini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden olgu bilim (fenomenoloji) deseni benimsenmiş olup, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü öğrencilerinden kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen 94 katılımcının 'Slow Food' kavramına yönelik metaforik algıları içerik analizi tekniğiyle incelenmiştir. Veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış metafor formu kullanılmıştır. Metafor formunda katılımcılardan "Slow food.....gibidir; çünkü....." cümlesini tamamlamaları istenmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda, Slow Food'un bireylerin yaşam tarzlarını dönüştürme gücüne sahip olduğu, tüketim kültürüne alternatif bir yaklaşım sunduğu ve toplumsal farkındalığı artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda çalışma, Slow Food'un modern çağın hız baskısı karşısında anlamlı ve sürdürülebilir bir duruş sergilediğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Metafor analizi, yavaş yemek hareketi, modern tüketim.

Metaphorical Perceptions of the Concept of Slow Food: An Analytical Approach

Abstract

The primary aim of this study is to examine the Slow Food movement-a reaction against the speed, practicality, and mass production mindset of modern consumer culture-through a metaphorical lens. The study seeks to reveal that Slow Food is not merely a dietary preference but also a multifaceted concept involving the preservation of local foods, the safeguarding of cultural heritage, and the promotion of sustainable lifestyles. In this context, the study analyzes the critical and transformative potential of the Slow Food movement in contrast to modern consumption habits, by exploring the metaphors individuals associate with the concept. A qualitative research design, specifically the phenomenological method, was employed. The participants consisted of 94 students from the Department of Gastronomy and Culinary Arts, selected through convenience sampling. Data were collected using a semi-structured metaphor form developed by the researcher. In the form, participants were asked to complete the sentence: "Slow food is like ... because ...". Content analysis was used to examine the collected data. The findings indicate that Slow Food has the potential to influence individuals' lifestyles, offer an alternative to consumer culture, and enhance social awareness. Accordingly, the study demonstrates that the Slow Food movement presents a meaningful and sustainable stance against the pressures of modern life's fast pace.

Keywords: Metaphor analysis, slow food movement, modern consumption.

İstanbul'daki Restoran İşletmelerinde Sürdürülebilirlik: Menü İncelemesi

Lisansüstü Öğrenci, Merve BAŞAR DEĞER

Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
mervebasardeger@gmail.com
ORCID: 0000-0002-3333-6681

Lisans Öğrencisi, Yiğit Efe YETKİN

İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi
yigit.efe.yetkinn@gmail.com
ORCID: 0009-0008-2172-0855

Özet

Bu çalışma, İstanbul'daki restoran işletmelerinin sürdürülebilirlik uygulamalarını menü içerikleri üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Sürdürülebilir beslenmenin, çevresel etkileri azaltma ve kaynakların gelecek nesillere aktarımı açısından önemi vurgulanarak, gastronomi alanında sürdürülebilirlik kavramına dikkat çekilmektedir. Menü tasarımı yalnızca şekil, kâğıt özellikleri ve düzen gibi fiziksel unsurları içermekle sınırlı kalmamakta; aynı zamanda içeriğinde sürdürülebilirliğin yansıtılması, yiyecek-içecek işletmelerine fayda sağlamanın ötesinde, ekolojik dengenin daha az zararlı sürdürülebilmesine de katkı sunmaktadır. Bu doğrultuda araştırmada, çevrimiçi Tripadvisor platformunda tüketiciler tarafından en yüksek puanı almış İstanbul'daki 10 restoranın menüleri içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Veriler, doküman analizi yoluyla toplanmış ve menüler sürdürülebilirlik açısından; mevsimsellik, porsiyon büyüklüğü, bitkisel-hayvansal ürün dengesi ve gıda israfı gibi ölçütlerle analiz edilmiştir. Bulgular, restoranların sürdürülebilirlik açısından çeşitli eksiklikler barındırdığını ve menü tasarımlarının çevresel etkileri azaltmada önemli bir araç olabileceğini göstermektedir. Araştırma sonucunda, restoran işletmelerine menülerde sürdürülebilir ürünlere daha fazla yer verme, porsiyon kontrolü sağlama ve mevsimsel ürün kullanımını artırma yönünde önerilerde bulunulmuştur. Bu bağlamda, çalışma hem literatüre katkı sunmakta hem de sektörel farkındalık yaratmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, menü incelemesi, içerik analizi.

Sustainability in Restaurant Establishments in Istanbul: Menu Review

Abstract

This study aims to examine the sustainability practices of restaurants in Istanbul through their menu content. It highlights the importance of sustainable nutrition in reducing environmental impact and transferring resources to future generations, highlighting the concept of sustainability in gastronomy. Menu design is not limited to physical elements such as shape, paper features, and layout; reflecting sustainability in its content not only benefits food and beverage businesses but also contributes to maintaining the ecological balance with less harm. In this study, the menus of 10 restaurants in Istanbul that received the highest consumer ratings on

the online platform Tripadvisor were evaluated using content analysis. Data was collected through document analysis, and the menus were analyzed for sustainability using criteria such as seasonality, portion size, plant-animal balance, and food waste. The findings indicate that restaurants have various sustainability shortcomings and that menu design can be an important tool in reducing environmental impact. The study provides recommendations for restaurants to include more sustainable products in their menus, ensure portion control, and increase the use of seasonal products. In this context, the study contributes to the literature and aims to raise sectoral awareness.

Keywords: Sustainability, menu review, content analysis.

Türk Mutfağında Markalaşma Önerisi: Coğrafi İşaretli Menü Kullanımı

Doç. Dr. Salih Zeki ŞAHİN

İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
szeki.sahin@iste.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7304-3544

Özet

Türkiye, zenginliğini ve çeşitliliğini köklü ve çok kültürlü tarihinden alan mutfaklarını tanıtmak ve markalaştırmak için yurtiçinde ve yurtdışında çalışmalar yürütmektedir. Türk mutfakları haftası, coğrafi işaretli ürün tescilleme çalışmaları, internet ve sosyal medyaya yönelik içerikler ve tanıtım videoları, Türk mutfakları elçisi şeflerin ve özellikle yurtdışındaki yiyecek-içecek işletmelerinin desteklenmesi gibi faaliyetler bu kapsamda öne çıkmaktadır. Yiyecek-içecek işletmelerinde yer alan/alacak olan menü kalemlerinin, ait oldukları mutfak kültürünün özgün, seçkin ve tescilli ürünlerden oluşması, sağlayacağı fayda ve memnuniyet açısından, müşteriler, işletmeler ve menü de temsil edilen ülke mutfak kültürü için oldukça önemlidir. Bu çalışma, Türk mutfaklarının markalaşması çalışmalarına katkıda bulunmak amacıyla, Türkiye'nin ulusal ve uluslararası kuruluşlar tarafından coğrafi işaret tescilli almış gastronomik ürünlerinin; yiyecek ve içecek işletmeleri menüsünde kullanımlarına dikkati çekmeyi ve teşvik etmeyi hedeflemektedir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden belge/doküman inceleme yönteminden yararlanılmış olup, veriler içerik analizi ile betimlenmiştir. Araştırma evrenini Türkiye ve Avrupa Birliği coğrafi işaretler portalında yer alan tescilli coğrafi işaretli ürünler oluştururken; bu portallarda yer alan gastronomik coğrafi işaretli ürünler de araştırmanın örneklemi oluşturmuştur. Söz konusu örneklemde yer alan veriler, tam sayım yöntemi ile araştırmaya dahil edilmiştir. Elde edilen bulgular, yiyecek-içecek işletmelerinin menülerinde yer alan/alabilecek şekilde (çorbalar, salatalar/mezeler, ana yemekler, tatlılar, içecekler vb.) gruplandırılmıştır. Ayrıca, söz konusu bulgulardan hareketle; ulusal, bölgesel ve yerel (il bazında) menü örnekleri oluşturularak; yiyecek-içecek işletmelerinin kullanımı için önerilerde bulunulmuştur. Araştırmada; Türk mutfaklarında coğrafi işaret tescilli almış gastronomik ürünlerin farklı kültürlerle ve damak tatlarına hitap edebilecek çeşitlilik arz ettiği, fine-dining restoran menülerinden günlük yemek restoran menülerine, fast-food menülerinden vegan-vejetaryen menülerine kadar geniş bir yelpazede olduğu; bu durumun özellikle yurtdışında Türk mutfaklarının döner-kebapçı oluştuğu algısını değiştirmeye ve geliştirmeye katkıda bulunabileceği sonuçları ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm, gastronomi, Türk mutfakları, coğrafi işaret, menü.

Branding Proposal in Turkish Cuisine: Use of Geographically Indicated Menus

Abstract

Türkiye is conducting efforts both domestically and internationally to promote and brand its cuisine, which derives its richness and diversity from its deep-rooted and multicultural history. Activities such as Turkish Cuisine Week, geographically indicated product registration efforts, online and social media content and promotional videos, and support for Turkish cuisine ambassador chefs, especially food and beverage businesses abroad, are prominent in this context. It is crucial for customers, businesses, and the culinary culture represented on the menu to ensure that menu items in food and beverage businesses consist of original, distinguished,

and registered products from their culinary culture, providing both the benefits and satisfaction it provides. This study aims to contribute to the branding of Turkish cuisine by drawing attention to and encouraging the use of Turkish gastronomic products, which have been registered with geographical indications by national and international organizations, in the menus of food and beverage establishments. The study utilized a qualitative research method, document review, and the data were described using content analysis. The research population consisted of registered geographically indicated products listed on the geographical indication portals of Türkiye and the European Union, while the gastronomic geographically indicated products listed on these portals constituted the research sample. Data from this sample was included in the study using a complete enumeration method. The findings were grouped according to what was/could be included in the menus of food and beverage establishments (soups, salads/appetizers, main courses, desserts, beverages, etc.). Furthermore, based on these findings, national, regional, and local (province-based) menu samples were created, and recommendations were made for the use of food and beverage establishments. The research revealed that gastronomic products registered with geographical indications in Turkish cuisine offer a variety that can appeal to different cultures and tastes, ranging from fine-dining restaurants to casual dining restaurant menus, from fast-food menus to vegan and vegetarian menus. This could contribute to changing and developing the perception, particularly abroad, that Turkish cuisine is primarily comprised of döner-kebabs.

Keywords: Tourism, gastronomy, Turkish cuisine, geographical indication, menü.

Seyahat Kariyer Modeli Bağlamında Turistlerin Yiyecek Tüketim Davranışlarının İncelenmesi: Belirsizlik Azaltılma Teorisi Bağlamında Bir İnceleme

Arş. Gör. Dr. Hatice KARAKAş

Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
haticekarakas@akdeniz.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5893-1199

Arş. Gör. Cansu Ece ÖNER

Antalya Bilim Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
ece.aybek@antalya.edu.tr
ORCID: - 0000-0002-9034-6050

Özet

Turizm bağlamında yiyecek tüketimi, günümüzde yalnızca fiziksel bir gereksinimi karşılamanın ötesinde kültürel etkileşimin, otantikliğin ve yeni deneyimlerin bir temsili olarak çok boyutlu yapıya bürünmüştür. Turistik destinasyonlardaki gastronomik deneyimler artık turizm faaliyetlerinin vazgeçilmez bileşenlerinden biri ve destinasyon seçimi ve memnuniyetin belirleyicisi olarak konumlandırılmıştır. Bununla birlikte, turistlerin farklı kültürlere ait gastronomik öğeleri deneyimleme süreci, sıklıkla belirsizlik barındırmakta ve bu durum bireylerin yiyecek tercihlerini şekillendirmektedir. Turistlerin destinasyondaki yiyecek tercihlerinde verdikleri kararlar, sağlık riskleri gibi fizyolojik temelli risklere yönelik algılar, kişinin demografik özellikleri, yenilik ve çeşitlilik arama arzusu, otantiklik arayışı, neofobik eğilimleri ve geçmiş deneyimleri gibi çok sayıda faktörün etkisi ile şekillenmektedir. Bu çalışma, turistlerin seyahatleri esnasında yiyecek tüketim tercihlerini yaparlarken karşılaştıkları belirsizliği nasıl yönettiklerini seyahat kariyer modeli çerçevesinde incelemeyi amaçlamaktadır. Seyahat kariyer modeli, turistlerin seyahat deneyimi arttıkça motivasyonel yönelimlerinde değişim olduğunu öne sürmektedir. Bu bağlamda seyahate yeni başlayan bireyler, daha düşük risk toleransı ve daha yüksek neofobik eğilimler göstererek tanıdık yiyeceklere yönelirken; deneyim düzeyi arttıkça bireyler belirsizliği daha rahat yönetebilmekte ve yeni tatlara daha açık hale gelebilmektedir. Söz konusu dönüşüm, kişinin seyahat deneyim geçmişinin hangi basamağında olduğuna göre aşamalar halinde irdelebilir görünmektedir. Çalışma, belirsizliğin azaltılması teorisi çerçevesinde turistlerin yiyecek seçiminde bilgiye erişimleri, riskleri minimize etme biçimleri ve tanıdıklık ile yeni deneyimler arasında nasıl denge kurulduğunu kavramsal olarak açıklamaya çalışmaktadır. Bu çalışma, seyahat kariyeri ve belirsizliğe yönelik algıların birbirinden ayrıık biçimde değil, etkileşimsel olarak ele alınması gerektiği iddiasıyla yola çıkmaktadır. Deneyimsel birikim, yalnızca bireyin yaşına veya kuşağına göre değil, zaman içinde edinilen seyahat pratiğiyle şekillenen bir süreçtir. Bu bağlamda, seyahat tecrübesi artan bireylerin, algıladıkları belirsizliğin azalması ve bu bağlamda bir destinasyonu ziyaret ettiklerinde kendileri açısından yeni ve egzotik olan otantik yerel yiyecekleri tüketmeye daha gönüllü olmaları beklenmektedir. Bu çalışmanın, seyahat kariyer merdiveni ve belirsizliğin azaltılmasını tek potada eriterek ortaya gastronomik turizm deneyimlerini açıklamaya aday bir teorik çerçevenin konması yönüyle literatüre katkıda bulunacaktır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, neofobi, seyahat kariyer merdiveni, belirsizlik azaltma teoremi, yerel yiyecek.

Examining Tourists' Food Consumption Behavior in the Context of the Travel Career Model: An Examination in the Context of Uncertainty Reduction Theory

Abstract

Food consumption in the context of tourism has taken on a multidimensional structure that goes beyond merely satisfying a physical need, representing cultural interaction, authenticity, and new experiences. Gastronomic experiences in tourist destinations are now positioned as an indispensable component of tourism activities and a determinant of destination selection and satisfaction. However, the process of experiencing gastronomic elements belonging to different cultures often involves uncertainty, which shapes individuals' food preferences. Tourists' decisions regarding food preferences at their destination are shaped by numerous factors, including perceptions of physiological risks such as health risks, demographic characteristics, the desire for novelty and variety, the search for authenticity, neophobic tendencies, and past experiences. This study aims to examine how tourists manage the uncertainty they encounter when making food consumption choices during their travels within the framework of the travel career model. The travel career model suggests that tourists' motivational orientations change as their travel experience increases. In this context, individuals who are new to travel tend to have lower risk tolerance and higher neophobic tendencies, leading them to prefer familiar foods; as their level of experience increases, individuals become more comfortable managing uncertainty and more open to new tastes. This transformation appears to unfold in stages, depending on which stage of the travel experience the individual is in. The study attempts to conceptually explain how tourists access information, minimize risks, and balance familiarity with new experiences in their food choices within the framework of the uncertainty reduction theory. This study sets out with the claim that perceptions of travel career and uncertainty should be handled interactionally, not separately from each other. Experiential accumulation is a process shaped not only by an individual's age or generation but also by travel practices acquired over time. In this context, it is expected that individuals with increasing travel experience will perceive less uncertainty and, in this context, be more willing to consume authentic local foods that are new and exotic to them when visiting a destination. This study will contribute to the literature by proposing a theoretical framework that integrates the travel career ladder and the reduction of uncertainty to explain gastronomic tourism experiences.

Keywords: Gastronomy tourism, neophobia, travel career ladder, uncertainty reduction theory, local food.

Bulut Mutfaklar ve Tüketici Algısı: Dijitalleşen Yeme İçme Kültürüne Kavramsal Bir Bakış

Lisansüstü Öğrenci, Onur UYSAL

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
uysal.onur@ogr.deu.edu.tr
ORCID: 0009-0005-0098-477X

Doç. Dr. Tolga AKCAN

Dokuz Eylül Üniversitesi, Efes Meslek Yüksekokulu, Gıda İşleme Bölümü
tolga.akcan@deu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2488-5769

Özet

Bu derleme çalışması, teknolojik gelişmelerin artması ve dijitalleşme süreciyle birlikte giderek yaygınlaşan bulut mutfak modelini ele almayı amaçlamaktadır. Çalışmada öncelikle bulut mutfak kavramı tanımlanmaktadır. Bulut mutfaklar, yalnızca çevrimiçi sipariş ve teslimata odaklanan, fiziksel müşteri ağırlama alanı bulunmayan bir iş modelidir. Bu iş modelinin yapısal özellikleri ve avantajları incelenmiştir. Düşük kira giderleri ve daha az personel çalıştırma gereksinimi gibi maliyet avantajları, bulut mutfakları geleneksel restoranlara göre cazip bir alternatif haline getirmektedir. Ancak bu modelin gıda güvenliği, teslimat süreçlerindeki denetim eksiklikleri ve müşteriyle kurulan dijital ve sınırlı etkileşim gibi yapısal sorunlar barındırdığı görülmektedir. Pandemi süreci, bu modelin yaygınlaşmasında hızlandırıcı bir rol oynamıştır. Temasız teslimat uygulamaları, dijital platformlar bulut mutfak modelinin yiyecek içecek sektöründe kalıcı bir yere sahip olmasına katkı sağlamıştır. Tüketici bakış açısından değerlendirildiğinde, güven unsuru ön plana çıkmaktadır. Tüketici memnuniyeti ve marka güveni, modelin kalıcılığı açısından belirleyicidir. Bu bağlamda çalışmada tüketici bakış açısı ayrıntılı olarak incelenmiş, etkileyen faktörler analiz edilmiştir. Bu açıdan bulut mutfaklar sadece operasyonel verimlilik açısından değil, aynı zamanda bilgi temelli stratejik yetkinliklerle de şekillenen bir hizmet modeli olarak değerlendirilmektedir. Çalışma, bulut mutfakların sektördeki yükselişini anlamak ve tüketici bakış açısını değerlendirmek için bir literatür analizi sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bulut mutfak, tüketici algısı, COVID-19 pandemisi, çevrimiçi sipariş.

Cloud Kitchens and Consumer Perception: A Conceptual Perspective on the Digitalizing Food and Beverage Culture

Abstract

This review study addresses the cloud kitchen model, which has become increasingly widespread with the increase in technological developments and digitalisation process. Firstly, the concept of cloud kitchen is defined in the study. Cloud kitchens are a business model that focuses only on online ordering and delivery and does not have a physical customer hospitality area. The structural features and advantages of this business model are analysed. Cost advantages such as low rental costs and fewer staffing requirements make cloud kitchens an attractive alternative to traditional restaurants. However, it is seen that this model has structural problems such as food safety, lack of control in delivery processes, and limited digital interaction with the customer. The COVID-19 pandemic has accelerated the spread of cloud kitchens by increasing the demand for online food ordering. Contactless delivery applications and digital

platforms have contributed to the cloud kitchen model's permanent place in the food and beverage sector. From a consumer perspective, the element of trust comes to the fore. It is seen that hygiene, quality, user experience and marketing strategies are decisive on preference and satisfaction towards cloud kitchens. Social media and digital marketing activities increase the visibility of cloud kitchens and positively affect brand awareness. In this respect, cloud kitchens are considered a service model shaped not only by operational efficiency but also by knowledge-based strategic competencies. The study presents a literature analysis to understand the rise of cloud kitchens in the sector and to evaluate the consumer perspective.

Keywords: Cloud kitchen, consumer perception, COVID-19 pandemic, online food ordering.

Japonya Uzay Gıdalarının Acil Durum ve Afet Gıdası Olarak Besinsel Açıdan İncelenmesi

Lisansüstü Öğrenci, Berkan EREN

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
berkaneren.x@outlook.com
ORCID: 0009-0006-3695-3817

Doç. Dr. Eda GÜNEŞ

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
egunes@erbakan.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7422-9375

Özet

Aşırı ortamlar olarak nitelendirilen uzay ve afet ortamları, sınırlı yaşam kaynakları, gıda güvenliği ve psikolojik zorluklar açısından benzerlik göstermektedir. Bu benzerlik, uzay gıdaları ile acil durum ve afet gıdalarının tasarımına yansımaktadır. Her iki durumda da uzun raf ömrüne sahip, yüksek besin değeri ve kolay hazırlanabilen gıdaların geliştirilmesi temel gerekliliktir. Japonya, hem afet yönetimi hem de uzay araştırmaları alanında öncü ülkeler arasında yer almaktadır. Uzay ve afet gıdalarının standardizasyonu amacıyla Japonya Havacılık ve Uzay Araştırma Ajansı (JAXA) ile Japonya Afet Gıda Derneği tarafından bir çapraz sertifikasyon sistemi oluşturulmuştur. Bu sistem kapsamında 23 üretici firma tarafından hem uzay hem de afet koşullarına uygun olarak geliştirilen ürünler “uzay-afet gıdası” olarak sertifikalandırılmış ve bazıları depremlerden etkilenen bölgelerde kullanılmıştır. Bu çalışmada, JAXA ile Japonya Afet Gıda Derneği tarafından çapraz sertifikasyon kapsamında geliştirilen 53 uzay-afet gıdasının besinsel özellikleri doküman analizi yöntemiyle incelenmiştir. Elde edilen bulgular, uzay-afet gıdalarının çorbalar, ana yemekler, garnitürler, atıştırmalıklar/tatlılar, çeşniler/baharatlar ve içecekler olmak üzere altı temel grupta sınıflandırıldığını göstermektedir. Bu besin gruplarının karbonhidrat kaynağı olarak pirinç, erişte ve ramen; protein kaynağı olarak et, balık, tavuk ve yumurta; yağ kaynağı olarak çeşitli soslar; vitamin ve mineral kaynağı olarak ise sebze çorbaları, deniz yosunları, bitki çayları ve fermente gıdalar içerdiği tespit edilmiştir. Ayrıca, afet gıdalarında bulunması önerilen B₁, B₂ ve C vitaminlerinin ürünlerin içeriğinde yer aldığı belirlenmiştir. Araştırmanın sonuçları, Japonya uzay gıdalarının besin çeşitliliği, uzun raf ömrü ile kolay hazırlanabilirlik açısından afet gıdası olarak kullanılabileceğini ve bu ürünlerin afet durumlarında beslenme gereksinimlerinin karşılanmasında uygun potansiyele sahip olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Doğal afetler, acil durumlar, uzay gıda sistemleri.

Nutritional Investigation of Japanese Space Foods as Emergency and Disaster Foods

Abstract

Space and disaster environments, characterised as extreme environments, share similarities in terms of limited life support resources, food security, and psychological challenges. This similarity is reflected in the design of space foods and emergency and disaster foods. In both cases, the development of foods with a long shelf life, high nutritional value, and ease of preparation is a fundamental requirement. Japan is among the leading countries in both disaster

management and space research. A cross-certification system has been established by the Japan Aerospace Exploration Agency (JAXA) and the Japan Disaster Food Association for the standardisation of space and disaster foods. Under this system, products developed by 23 manufacturers to be suitable for both space and disaster conditions have been certified as 'space-disaster foods' and some have been used in areas affected by earthquakes. In this study, the nutritional characteristics of 53 space-disaster foods developed under the cross-certification scheme by JAXA and the Japan Disaster Food Association were examined using document analysis. The findings show that space-disaster foods are classified into six main groups: soups, main dishes, side dishes, snacks/desserts, condiments/spices, and beverages. It was determined that these food groups contain rice, noodles, and ramen as a source of carbohydrates; meat, fish, chicken, and eggs as a source of protein; various sauces as a source of fat; and vegetable soups, seaweed, herbal teas, and fermented foods as a source of vitamins and minerals. Furthermore, it was determined that the products contain vitamins B₁, B₂, and C, which are recommended for disaster foods. The results of the study indicate that Japanese space foods can be used as disaster foods due to their nutritional diversity, long shelf life, and ease of preparation, and that these products have suitable potential for meeting nutritional requirements in disaster situations.

Keywords: Natural disasters, emergencies, space food systems.

Turizm Mutfak Departmanı Çalışanlarının Akademik Seviyelerinin Ücretleme ve Pozisyonlama Açısından Değerlendirilmesi

Lisansüstü Öğrenci, İrem Zeliha TAVUS

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
İrem.zelihaa@gmail.com
ORCID: 0009-0009-1205-0674

Doç. Dr. Alper KURNAZ

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
alperkurnaz@ibu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5288-0706

Özet

Turizm endüstrisinde mutfak çalışanlarının akademik yeterlilik düzeyi, iş performansı ve işletme verimliliği açısından önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Günümüzde sektörde çalışanların karşılaştığı temel sorunlardan biri olan bu konu, çalışmanın önemini artırmaktadır. Bu araştırmanın amacı, mutfak işgörenlerinin akademik düzeylerinin pozisyonlama ve ücretlendirme süreçlerine olan etkilerini belirlemektir. Araştırmada, ilgili literatür taramasıyla statü, ücret, pozisyon ve işe alım süreçleri gibi konular incelenmiş; veri toplama aşamasında ise, işe alım sürecinde rol oynayan yöneticiler ve insan kaynakları uzmanlarıyla çevrimiçi yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya 25 katılımcı katılmıştır. Elde edilen veriler, nitel analiz yöntemiyle ve MAXQDA programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma bulguları, mutfak işgörenlerinin işe alımında akademik düzeyin öneminin arttığını; ancak pozisyon belirleme ve ücretlendirme süreçlerinde akademik düzeyin, genellikle deneyim ve teknik becerilere kıyasla ikincil planda kaldığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, mevcut işletmelerde akademik düzeyi düşük işgörenlerin yaygın olduğu, işe alım süreçlerinde ise akademik düzeyi yüksek işgörenlerin tercih edildiği, eğitim teşviklerinin ise sınırlı düzeyde uygulandığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak, mutfak sektöründe akademik yeterlilik ile deneyimin dengeli şekilde ele alınması gerekliliği ortaya çıkmakta; akademik gelişimin terfi ve ücretlendirme süreçlerine daha sistematik olarak entegre edilmesi işletme verimliliği ve işgören gelişimi açısından önem arz etmektedir. Bu çalışma, ulusal literatürde söz konusu konunun açıklığa kavuşturulmasına katkı sağlamakla birlikte, turizm ve mutfak sektörlerinde akademik yeterliliklerin önemi üzerine uluslararası platformlarda da değerlendirmelere zemin hazırlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: İnsan kaynakları yönetimi, personel seçim yöntemleri, mutfak işgöreni.

Evaluation of the Academic Levels of Tourism Culinary Department Employees in Terms of Payment and Positioning

Abstract

The academic proficiency level of kitchen workers in the tourism industry is considered a key factor in job performance and operational efficiency. This issue, one of the fundamental challenges faced by employees in the sector today, increases the importance of this study. The purpose of this research is to determine the impact of kitchen workers' academic backgrounds on positioning and compensation processes. The research examined topics such as status,

wages, positions, and recruitment processes through a relevant literature review. In the data collection phase, online semi-structured interviews were conducted with managers and human resources specialists involved in the recruitment process. Twenty-five participants participated in the study. The data obtained was analyzed using qualitative analysis and the MAXQDA program. The research findings reveal that academic proficiency is increasing in the importance of kitchen worker recruitment; however, academic proficiency is often secondary to experience and technical skills in position selection and compensation processes. Furthermore, it was determined that employees with lower academic backgrounds are common in existing businesses, that employees with higher academic backgrounds are preferred in recruitment, and that educational incentives are limited. Consequently, the need to balance academic qualifications with experience in the culinary sector emerges; a more systematic integration of academic development into promotion and compensation processes is crucial for business efficiency and employee development. This study contributes to clarifying this issue in the national literature and paves the way for international assessments of the importance of academic qualifications in the tourism and culinary sectors.

Keywords: Human resources management, personnel selection methods, kitchen workers.

Yiyecek ve İçecek Endüstrisi Üzerinde Influencerların Etkisi

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÜLKER

Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
mustafaulker@erciyes.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7824-605X

Bağımsız Araştırmaı, İlayda Ece ÖZDEMİR

ilaydaeeceozdemir@gmail.com
ORCID: 0009-0001-2512-761X

Özet

Geniş takipçi kitleleri ve yüksek etkileşim güçleri sayesinde sosyal medya fenomenleri, yalnızca dijital içerik üreticileri olmaktan çıkarak, tüketici davranışlarını etkileyen, marka algısını şekillendiren ve yerel işletmelerin tanıtımına katkıda bulunan önemli aktörler haline gelmiştir. Bu alışma, sosyal medya fenomenlerinin yiyecek ve içecek işletmeleri üzerindeki etkilerini nitel bir yaklaşımla incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında, beş sosyal medya fenomeni ve iki işletme sahibi ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bulgular, sosyal medya fenomenlerinin işletme yönetimi, hizmet kalitesi algısı, menü planlaması, müşteri trafiğı ve marka bilinirliğı gibi çeşitli alanlarda kayda değer etkiler yarattığını ortaya koymaktadır. Fenomenlerin yalnızca popüler ürünleri tanıtmakla kalmayıp, henüz menüde öne çıkmamış yeni ürünleri de görünür hale getirerek müşteri tercihlerine yön verdiği gözlemlenmiştir. Ayrıca, geçmişte tanınan ancak zamanla unutulmuş işletmeleri yeniden görünür kılarak gastronomik hafızanın korunmasına da katkı sağladıkları belirlenmiştir. Sonuç olarak, bu çalışma, sosyal medya fenomenlerinin yerel işletmeler için yalnızca tanıtım yüzü olmakla kalmayıp, müşteri davranışlarını şekillendiren ve marka değeri oluşturan stratejik iş ortakları olarak da rol üstlendiklerini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda çalışma, sosyal medya fenomenlerinin yerel gastronomi sektörüne katkılarını vurgulayarak hem uygulayıcılara hem de akademik alana değerli bilgiler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya fenomenleri, yiyecek ve içecek işletmeleri, dijital pazarlama, tüketici davranışı.

The Impact of Influencers on the Food and Beverage Industry

Abstract

Social media influencers, with their large follower base and strong engagement power, have gone beyond being mere digital content creators to become key actors who influence consumer behavior, shape brand perception, and contribute to the promotion of local businesses. This study aims to examine the impact of social media influencers on food and beverage businesses through a qualitative approach. Within the scope of the research, semi-structured interviews were conducted with five social media influencers and two business owners, and the data were analyzed using content analysis. The findings indicate that social media influencers have a significant impact in various areas such as business management, service quality perception, menu planning, customer traffic, and brand awareness. It has been observed that influencers not only promote popular products but also introduce new items that

have not yet gained prominence on the menu, thereby influencing customer preferences. Additionally, they contribute to the preservation of gastronomic memory by making previously well-known but later forgotten businesses visible again. As a result, this study concludes that social media influencers are not merely promotional faces for local businesses but also serve as strategic business partners, playing an active role in shaping customer behavior and creating brand value. In this context, the study highlights the contribution of social media influencers to the local gastronomy sector, providing valuable insights for both practitioners and the academic field.

Keywords: Social media influencers, food and beverage businesses, digital marketing, consumer behavior.

Anadolu'dan Dünyaya Yayılan Gastronomik Bir Miras: Salep

Dr. Öğr. Üyesi Berrin ONURLAR

İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
berrin.onurlar@medeniyet.edu.tr
ORCID: 0000 0003 2552 4639

Özet

Bu çalışma kapsamında, Türk mutfak kültürü içinde önemli bir yere sahip olan, Maraş dondurmasının temel bileşenlerinden biri olarak kabul edilen ve biyolojik çeşitlilik açısından tehdit altında bulunan salep bitkisi çok yönlü olarak incelenmiştir. Salep, etimolojik kökenlerinden tarihsel kullanımlarına, botanik ve ekolojik özelliklerinden kimyasal yapısına, kültürel öneminden ticaret ağlarına kadar pek çok boyut ile detaylandırılmıştır. Ayrıca, üretim süreçleri ve modern gastronomideki uygulamaları da değerlendirilmiştir. Bu çalışmanın amacı, salebin hem biyolojik çeşitlilik hem de kültürel miras açısından korunmasına yönelik farkındalık oluşturmaktır.

Anahtar Kelimeler: Salep,orkide, gastronomi, sürdürülebilirlik.

A Gastronomic Heritage Spreading from Anatolia to the World: Salep

Abstract

In the context of this study, the salep plant, a fundamental component of Maraş ice cream and a significant element of Turkish culinary culture, is examined through a multifaceted lens. This analysis addresses the threats posed to the plant's biological diversity. A comprehensive review of the extant literature on salep reveals a plethora of research, encompassing its etymological origins, historical applications, botanical and ecological characteristics, chemical structure, cultural significance, and trade networks. Furthermore, an evaluation of its production processes and applications in modern gastronomy is also conducted. The objective of this compilation is twofold: firstly, to contribute to the preservation of Salep as both a biological and a gastronomic cultural heritage, and secondly, to provide a comprehensive overview of the subject.

Keywords: Salep, orchid, gastronomy, sustainability.

Nostaljik Tatların Dijital Temsili: ETİ Markası Üzerinden Gastronomi Belleği ve Retro Pazarlama

Öğr. Gör. Doğu Can GÜLER

Bitlis Eren Üniversitesi, Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bölümü,
dcguler@beu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2499-9483

Dr. Öğr. Üyesi Cesim BEHREMEN

Bitlis Eren Üniversitesi, Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bölümü,
cbehremen@beu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2025-3481

Özet

Bu alışma, Eti markasının Instagram üzerinden yürüttüğü retro pazarlama stratejilerini, gastronomi belleği ve dijital nostalji bağlamında incelemektedir. Araştırma, geçmişe dair semboller ve anlatılar yoluyla markanın tüketici belleğinde nasıl yer edindiğini ve kullanıcılarla nasıl duygusal bağ kurduğunu analiz etmeyi amaçlamaktadır. Nitel içerik analizi yöntemiyle seçilen 15 paylaşım, görsel/işitsel öğeler, tematik yapı ve kullanıcı yorumları üzerinden sistematik olarak incelenmiştir. Bulgular, nostalji temalı dijital içeriklerin bireysel hatıraları tetiklemenin ötesinde, kültürel kimlik ve aidiyet hissi ürettiğini göstermektedir. Ayrıca, kullanıcıların içeriklerle aktif etkileşimi, dijital gastronomik belleğin kolektif biçimde yeniden üretildiğini ortaya koymaktadır. Bu yönüyle çalışma, sosyal medya ortamlarında geçmişin nasıl kurgulandığını ve tüketici hafızasının nasıl inşa edildiğini göstermesi açısından özğün bir katkı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Retro pazarlama, nostalji temelli içerik, sosyal medya analizi, içerik analizi, tüketici etkileşimi.

Digital Representation of Nostalgic Flavors: Gastronomic Memory and Retro Marketing through the ETİ Brand

Abstract

This study explores Eti's retro marketing strategies on Instagram within the framework of gastronomic memory and digital nostalgia. It aims to analyze how the brand utilizes symbols and narratives from the past to establish presence in consumer memory and create emotional resonance. Using qualitative content analysis, 15 Instagram posts were systematically examined through their visual/auditory features, thematic structures, and user engagement. The findings indicate that nostalgia-driven digital content not only triggers personal recollections but also fosters a sense of cultural identity and belonging. Moreover, users' active participation through comments demonstrates that gastronomic memory is collectively reconstructed in digital contexts. By examining how the past is curated and marketed on social media, this study provides an original contribution to understanding the intersection of memory, branding, and consumer culture in the digital age.

Keywords: Retro marketing, nostalgia-based content, social media analysis, content analysis, consumer engagement.

Gastronomide Meşruiyetin İki Yüzü: Michelin Yıldızlı Restoranlarda Uzman Otorite ve Tüketici Söyleminin Kesişimi

Arş. Gör. Batuhan GÜRS

Antalya Bilim Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
batuhan.gurs@antalya.edu.tr
ORCID: 0009-0001-2177-0739

Arş. Gör. Feridun AYDINLI

Antalya Bilim Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliğı Bölümü
feridun.aydinli@antalya.edu.tr
ORCID: 0000-0002-0230-5129

Özet

Bu çalışma, müşteri yorumları gibi bireysel aktörlerin ve Michelin denetçileri gibi kolektif aktörlerin, Türkiye'deki Michelin yıldızlı restoranların kurumsal meşruiyet edinme süreçlerini nasıl etkilediğini incelemektedir. Michelin yıldızlarının sembolik otoritesi ile müşteri yorumları arasındaki ilişki, meşruiyet teorisini teorik temel olarak kullanarak incelenmiştir. Bu çalışmada, 2010-2024 yılları arasında TripAdvisor web sitesinde yayınlanan 2.811 farklı müşteri değerlendirmesini incelemek için metin madenciliğı teknikleri kullanılmıştır. İlk aşamada restoran özellikleri Gizli Dirichlet Ayrıştırması (LDA) kullanılarak belirlenmiş ve ikinci aşamada memnuniyet düzeylerini belirlemek için VADER duygu analizi yöntemi kullanılmıştır. Sonuçlar, ziyaretçilerin en sık yorumlarının personel, fiyat ve hizmet kalitesi hakkında olduğunu göstermiştir. Personel ve yaratıcılık en yüksek memnuniyet puanlarını alırken, sunum en düşük puanı almıştır. Sonuçlara göre, tek başına seyahat edenler zaman içinde sunumdan belirgin şekilde daha fazla keyif almakta ve hizmet ve sunum gibi duygusal yönlelere daha duyarlı hale gelmektedir. Bulgular hem kullanıcı deneyimlerinin hem de profesyonel standartların gastronomik meşruiyetin gelişimine katkıda bulunduğunu ve bu karşılıklı ilişkinin restoranların stratejik kimliklerini belirlediğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal meşruiyet, Michelin Yıldızları, tüketici yorumları, konu modellemesi (LDA), duygu analizi.

Dual Facets of Legitimacy in Gastronomy: The Convergence of Expert Authority and Consumer Discourse in Michelin-Starred Restaurants

Abstract

This study examines how individual actors, such as customer reviews, and collective actors, such as Michelin inspectors, influence the institutional legitimacy acquisition processes of Michelin-starred restaurants in Türkiye. The relationship between the symbolic authority of Michelin stars and customer reviews is examined using legitimacy theory as the theoretical basis. This study used text mining techniques to examine 2,811 distinct customer reviews published on the TripAdvisor website between 2010 and 2024. In the first stage, restaurant attributes were determined using Latent Dirichlet Allocation (LDA), and in the second stage, VADER

sentiment analysis was used to determine satisfaction levels. The results showed that visitors' most frequent comments were about staff, price, and service quality. Staff and creativity received the highest satisfaction scores, while presentation received the lowest. The results indicate that solo travelers enjoy the presentation significantly more over time and become more sensitive to sensory aspects such as service and presentation. The findings show that both user experiences and professional standards contribute to the development of gastronomic legitimacy and this interrelationship determines the strategic identities of restaurants.

Keywords: Organizational legitimacy, Michelin stars, consumer reviews, topic modeling (LDA), sentiment analysis.

Türkiye’de Göçmenlerin Yemek Pratikleri Üzerine Nitel Bir İnceleme

Arş. Gör. İsmahan Nur ÜSTÜNDAĞ

Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ismahannur@akdeniz.com.tr
ORCID: 0000-0003-3952-4605

Doç Dr. Ferhan BALCI TORUN

Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ferhanbalci@akdeniz.edu.tr
ORCID: 0000-0002-8972-1087

Özet

Bu çalışma, Türkiye’ye yerleşen göçmenlerin değişen yemek pratikleri üzerine odaklanmaktadır. Çalışmanın amacı, göçmenlerin yemek pratikleri aracılığıyla etnik kültürleri ile Türk kültürü arasındaki etkileşimleri restoran seçimi ve ev içi pratikler düzeyinde incelemektir. Araştırma, nitel bir yaklaşımla tasarlanmış olup, yarı yapılandırılmış görüşmeler yoluyla veri toplamıştır. Çalışma, Türkiye’ye 2015-2020 yılları arasında Bolivya, Brezilya, Azerbaycan ve Kore’den göç etmiş 32-44 yaş aralığındaki dört katılımcı ile gerçekleşmiştir. Toplanan veriler, Maxqda nitel veri analiz yazılımı kullanılarak sistematik biçimde kodlanmış ve tematik olarak yorumlanmıştır. Bulgulara göre, katılımcıların yemek pratikleri yeni yerleştiği coğrafyanın sunduğu ekonomik ve kültürel etmenlerle şekillenmiştir. Katılımcılar ev içi pratiklerinde Türk kahvaltısını, kırmızı eti, zeytinyağını ve çeşitli sebzeleri bulunabilir, ekonomik ve lezzetli bulmaları sebebiyle beslenme rutinlerine entegre ettiğini; günlük rutinlerinde etnik mutfaklarına özgü yemekleri yapmaya da devam ettiklerini ancak bazı malzemeleri bulamadıklarında benzer yerel ürünlerle adaptasyon stratejileri geliştirdiklerini ifade etmişlerdir. Örneğin Brezilyalı katılımcı, etnik mutfağına ait yiyecekleri Türkiye’de bulamadığı için evde yapmayı öğrendiğini belirtmiştir. Katılımcılar restoran seçimlerinde çoğunlukla Türk tüketicilerin tercihlerini ve önerilerini referans aldığını, Türk yemeklerini sevdiklerini ancak yerel gastronomiyi deneyimleyebileceği restoranların sayısını ve yemek çeşitliliğini kısıtlı bulduklarını ifade etmişlerdir. Ek olarak Azerbaycanlı katılımcının Türkiye’deki restoran çalışanlarını samimi bulduğunu ve bu durumun tekrar ziyaret etme niyetini olumlu etkilediğini, Bolivyalı katılımcı ise Türk restoranlarını genel olarak beğendiğini, özellikle kahvaltı odaklı olanları ise sundukları sıcak ve keyifli sosyalleşme ortamı nedeniyle sıklıkla tercih ettiğini vurgulamıştır. Etnik restoranlar bağlamında ise katılımcılar, diğer göçmenlerle bir araya geldikleri sosyal ortamlarda genellikle etnik restoranları tercih edildiğini belirtmiştir. Koreli ve Brezilyalı katılımcı, Türkiye’ye geldikten sonra farklı ülke mutfaklarını sıklıkla tercih ettiğini, yeni tatları deneyimlemenin dünya mutfağına bakış açısını değiştirdiğini eklemiştir. Bulgular, göçmenler için yiyeceğin yeni deneyim, nostalji, özlem, sosyalleşme, toplumsal bağ oluşturma aracı gibi çok boyutlu bir işlevinin olduğunu da göstermektedir. Elde edilen veriler, göçmenlerin değişen gastronomik alışkanlıklarını anlamakta bazı çıkarımlar sunmakta, göçmenlerin yiyecek sektöründeki tüketici davranışları ile mutfak beklentilerine ilişkin ipuçları içermektedir.

Anahtar Kelimeler: Göçmen, adaptasyon, restoran seçimi.

A Qualitative Study of the Food Practices of Immigrants in Türkiye

Abstract

This study focuses on the changing food practices of immigrants who have settled in Türkiye. The aim of the study is to examine the negotiations between immigrants' ethnic cultures and Turkish culture through their food practices at the level of restaurant selection and domestic practices. The research was designed using a qualitative approach and collected data through semi-structured interviews. The study was conducted with four participants aged 32-44 who migrated to Türkiye between 2015 and 2020 from Bolivia, Brazil, Azerbaijan, and Korea. The collected data were systematically coded and thematically interpreted using Maxqda qualitative data analysis software. According to the findings, the participants' food practices were shaped by the economic and cultural factors of their new geographical location. Participants stated that they integrated Turkish breakfast, red meat, olive oil, and various vegetables into their dietary routines because they found them affordable and tasty; they also continued to prepare dishes specific to their ethnic cuisines in their daily routines, but when they could not find certain ingredients, they developed adaptation strategies using similar local products. For example, the Brazilian participant stated that he learned to cook ethnic dishes at home because he could not find them in Türkiye. Participants stated that they mostly refer to the preferences and recommendations of Turkish consumers when choosing restaurants, that they like Turkish food, but that they find the number of restaurants where they can experience local cuisine and the variety of dishes to be limited. In addition, the Azerbaijani participant found the restaurant staff in Türkiye to be sincere, which positively influenced their intention to visit again, while the Bolivian participant emphasised that they frequently chose Turkish restaurants because they offered a warm and pleasant social environment. In the context of ethnic restaurants, participants stated that ethnic restaurants were generally preferred in social environments where they gathered with other immigrants. The Korean participant added that after coming to Türkiye, he often preferred cuisines from different countries and that experiencing new flavours changed his perspective on world cuisine. The findings also show that food has a multidimensional function for immigrants, such as new experiences, nostalgia, longing, socialisation, and a means of forming social bonds. The data obtained provides some insights into understanding the changing gastronomic habits of immigrants and points to clues about their consumer behaviour and culinary expectations in the food sector.

Keywords: Migrant, adaptation, restaurant preference.

Kore Budist Tapınak Mutfağında Yemeğin Ritüel ve Duyusal Boyutları

Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ

Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
gurkanakdag@mersin.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9819-9465

Dr. Öğr. Üyesi Seda OYAN

Kafkas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
sedaoyan@gmail.com
ORCID: 0000-0002-9498-4404

Özet

Bu çalışma, Kore Budist tapınak mutfağında yemeğin ritüel ve duyusal boyutlarını anlamaya yönelik bir literatür taramasına dayanmaktadır. Tapınak mutfağında uygulanan yavaş yeme, sessizlik ve farkındalık (mindfulness) pratikleri, yemeği yalnızca biyolojik bir ihtiyaç olmaktan çıkararak kültürel, etik ve manevi bir deneyime dönüştürmektedir. Çalışmada, Budist felsefenin şiddetsizlik, ölçülülük ve doğaya saygı ilkeleriyle şekillenen tapınak mutfağının, modern tüketim kültürüne alternatif olarak sunduğu sürdürülebilir beslenme anlayışı incelenmiştir. Tapınak yemeklerinin hazırlanışı ve tüketimi sürecinde bireyin duyusal farkındalığı ve içsel yolculuğu ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda yeme eylemi, meditasyonun bir parçası olarak ele alınmakta ve bireylerin yemekle, doğayla ve kendileriyle daha derin bağlar kurmasına olanak tanımaktadır. Çalışmanın bulguları, Kore Budist tapınak mutfağının bireysel farkındalık, etik tüketim ve toplumsal dayanışma açısından önemli katkılar sunduğunu göstermektedir. Bu yönüyle tapınak mutfağı, yalnızca bir yemek kültürü değil; aynı zamanda sağlık, sürdürülebilirlik ve manevi gelişim arasında köprü kuran bütünsel bir yaşam pratiğidir.

Anahtar Kelimeler: Tapınak mutfağı, yavaş yeme, Budizm.

The Ritual and Sensory Dimensions of Food in Korean Buddhist Temple Cuisine

Abstract

This study is based on a literature review aimed at understanding the ritualistic and sensory dimensions of food in Korean Buddhist temple cuisine. Practices such as slow eating, silence, and mindfulness transform food from a mere biological necessity into a cultural, ethical, and spiritual experience. The study explores how temple cuisine, shaped by Buddhist principles such as non-violence, moderation, and respect for nature, offers a sustainable alternative to modern consumerist eating habits. The preparation and consumption of temple food emphasize sensory awareness and inner reflection, positioning the act of eating as a form of meditation. In this context, food becomes a medium through which individuals establish deeper connections with themselves, nature, and their communities. The findings demonstrate that Korean Buddhist temple cuisine contributes significantly to personal awareness, ethical consumption, and communal solidarity. Thus, temple cuisine is not merely a culinary tradition but a holistic lifestyle practice that bridges health, sustainability, and spiritual development.

Keywords: Temple cuisine, slow eating, Buddhism.

Coğrafi İşaretli Yöresel Yemeklerin Besin Ögesi İçeriğinin Sağlık Açısından Değerlendirilmesi

Lisansüstü Öğrenci, Özgür HAYKIR

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
ozgurhaykir@subu.edu.tr
ORCID: 0000-0003-3034-7374

Prof. Dr. Serkan ŞENGÜL

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
serkansengul@subu.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4615-1982

Özet

Yöresel yemekler kültürel mirasın ve kimliğin ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilmektedir. Ancak günümüzde küreselleşmenin ve modern yaşam tarzlarının etkisiyle beslenme alışkanlıklarında önemli değişimler yaşanmaktadır. Nesiller boyu aktarılan yöresel yemeklerin yalnızca kültürel değil, aynı zamanda beslenme ve sağlık açısından da yeniden değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Özellikle enerji, makro ve mikro besin ögeleri bakımından bu yemeklerin içerikleri büyük ölçüde bilinmemekte veya göz ardı edilmektedir. Bu nedenle, coğrafi işaret tescili almış yöresel ürünlerin besin değerlerinin analiz edilmesi hem halk sağlığına katkı sunmak hem de bu yemeklerin bilinçli tüketimini teşvik etmek açısından önem taşımaktadır. Bu çalışma kapsamında, Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından “yemekler ve çorbalar” kategorisinde coğrafi işaret tescili almış yöresel yemekler değerlendirmeye alınmıştır. Bu kategoride bulunan yöresel üründen çorbalar hariç tutulmuştur. Ana yemeklerin resmi olarak yayınlanan tarifleri üzerinden her bölgeyi yansıtan yirmişer yemekten toplamda 140 yemek, Beslenme Bilgi Sistemi (BeBiS) 9.0 programına girilerek enerji değerleri ile makro ve mikro besin ögeleri analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre en düşük enerji değerinin Karadeniz Bölgesinde, en yüksek ise İç Anadolu Bölgesinde olduğu görülmüştür. Et ve hamur ağırlıklı yemeklerin protein ve karbonhidrat içeriğini artırdığı İç Anadolu bölgesinde, yağ oranını seviyesinin en yüksek Doğu Anadolu bölgesinde olduğu görülmektedir. Bu durum, bölgede et ve yağ tüketiminin fazlalığıyla ilişkilendirilmektedir. Sağlık Bakanlığı tarafından yayınlanan Türkiye Beslenme Rehberi (TÜBER) ve Dünya Sağlık Örgütü’nün yayınlamış olduğu rehberler doğrultusunda İç Anadolu bölgesinde diyabet, obezite gibi kronik hastalıkların ve Doğu Anadolu bölgesinde kalp hastalıkları riskinin görülmesi ihtimali yüksek olduğu söylenebilmektedir. Bu çalışma ile coğrafi işaret tescili almış yöresel yemeklerin sağlıklı beslenme kılavuzlarına göre yağ, karbonhidrat, tuz, posa içeriği ve porsiyon büyüklükleri açısından yeniden değerlendirilmesi gerektiği görülmektedir. Çalışma sonucunda yöresel yemeklerin sağlık çerçevesinde değerlendirilmesi ve kalorisi düşük modern tariflerle yeniden yapılması halk sağlığı açısından faydalı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi işaret, yöresel yemekler, besin ögeleri.

Evaluation of Nutritional Content of Geographically Indicated Local Dishes in Terms of Health

Abstract

Local dishes are considered an integral part of cultural heritage and identity. However, today, the impact of globalization and modern lifestyles is experiencing significant changes in dietary habits. This necessitates a re-evaluation of local dishes passed down through generations, not only from a cultural perspective but also from a nutritional and health perspective. The contents of these dishes, particularly in terms of energy, macronutrients, and micronutrients, are largely unknown or overlooked. Therefore, analyzing the nutritional value of local products with registered geographical indications is crucial for both contributing to public health and encouraging conscious consumption of these dishes. Within the scope of this study, local dishes registered with geographical indications by the Turkish Patent and Trademark Office in the "foods and soups" category were evaluated. Soups were excluded from this category of local products. A total of 140 dishes, each representing twenty regions, were entered into the Nutrition Information System (BeBiS) 9.0 program using officially published main course recipes. Energy values, macronutrients, and micronutrients were analyzed. The findings indicated that the Black Sea Region had the lowest energy values, while the Central Anatolia Region had the highest. It is seen that the highest fat content is in the Eastern Anatolia region, while the Central Anatolia region, where meat and dough-based dishes increase the protein and carbohydrate content, is the region with the highest fat content. This is attributed to the region's high meat and fat consumption. Based on the Turkey Nutrition Guide (TÜBER) published by the Ministry of Health and the guidelines published by the World Health Organization, it can be concluded that the Central Anatolia region is at a higher risk for chronic diseases such as diabetes and obesity, and the Eastern Anatolia region is at a higher risk for heart disease. This study demonstrates that regional dishes with registered geographical indications should be re-evaluated in terms of fat, carbohydrate, salt, fiber content, and portion sizes, in accordance with healthy eating guidelines. The study suggests that evaluating regional dishes within a health framework and recreating them with modern, low-calorie recipes would be beneficial for public health.

Keywords: Geographical indication, traditional dishes, nutrients.

Modern Mutfak Uygulamaları Yöresel Mutfak Mirasımız İçin Bir Fırsat Mı Tehdit Mi? Michelin Yıldızlı Neolokal Örneği

Doç. Dr. Ozan GÜLER

Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
ozanguler@mersin.edu.tr
ORCID: 0000-0002-0062-3983

Lisansüstü Öğrenci, Dila ŞAHİNGÖK

Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
dilasahingok@gmail.com
ORCID: 0009-0000-8286-1127

Lisansüstü Öğrenci, Meryem GÜP

Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
meryemmgup@gmail.com
ORCID: 0009-0000-8801-7496

Lisansüstü Öğrenci, Nurgül SARILIR

Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
sarilirnurgul@gmail.com
ORCID: 0009-0008-5272-5827

Lisansüstü Öğrenci, Gizem YAVUZ

Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
gzmm.yavuzgizem00@gmail.com
ORCID: 0009-0007-3947-6048

Özet

Bu araştırmada inovatif mutfak teknikleri ile harmanlarak hazırlanan yöresel yemek ve tatlılara yönelik tüketici algılarının öğrenilmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında Michelin Rehberi'nde yer alan 1 yıldızlı Neolokal'in resmi Instagram sayfasında paylaştığı inovatif yöresel yiyecek sunumları içerisinden altı tanesi ele alınmıştır. Daha önce Michelin Rehberi'nde yer alan işletmelerde deneyim yaşamış 19 kişiden yüz yüze görüşmeler ve çevrimiçi görüşme formu aracılığıyla elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Elde edilen bulgulardan, tüketicilerin önemli bir kısmının modernize edilen yöresel yemekleri; iştah açıcı, estetik ve yaratıcı buldukları ve Türk mutfağının tanıtımı açısından bir fırsat olarak gördükleri anlaşılmaktadır. Bazı katılımcılar ise inovasyon temelli görseelliğin bazı yemeklerin yöreselliğini tamamen gölgelediğini, yerel tekniklerden uzaklaşılmasının ürünlerinin değerini kaybettirdiğini ve orijinal reğeletelere sadık kalınmamasının mutfak mirasının sürdürülebilirliği açısından tehdit olduğunu ifade etmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, yöresel mutfak, modern mutfak, Michelin Yıldızlı Restoranlar.

Modern Kitchen Practices: An Opportunity or a Threat to Our Regional Culinary Heritage? Case of The Michelin-Starred Neolokal

The purpose of this research is to explore consumers' perceptions and opinions regarding local dishes and desserts made with innovative culinary techniques. Within the scope of the research, six innovative local food presentations shared on the official Instagram page of Neolokal, a one-star restaurant in the Michelin Guide, were examined. Data obtained through face-to-face interviews and an online survey form with 19 individuals who have previously experienced establishments listed in the Michelin Guide were subjected to content analysis. The findings indicate that a significant number of consumers find modernized regional dishes to be appetizing, aesthetically pleasing, and creative, viewing them as a means to promote Turkish cuisine. However, some participants expressed concerns that innovation-driven visuals overshadow the regional authenticity of certain dishes. They believe that straying from local techniques diminishes the value of these products and that failing to adhere to original recipes threatens the sustainability of culinary heritage.

Keywords: Gastronomy, traditional cuisine, modern cuisine, Michelin Starred Restaurants.

Gastronomik Sağlık Bakımından Artvin-Ardanuç Yöresindeki Tıbbi Aromatik Bitkilerin Değerlendirilmesi

Dr. Öğr. Üyesi Zehra BULUT

Artvin Çoruh Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
zehrabulut@artvin.edu.tr
ORCID: 0000-0002-8979-4390

Öğr. Gör. Zeynep Ece ALTUNTAŞ

Artvin Çoruh Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,
zeynepecealtuntas@artvin.edu.tr
ORCID: 0000-0002-7570-3240

Özet

İnsanlık tarihinin başlangıcından bu yana bitkiler, canlı yaşamı için temel gereklilik olan oksijen sağlamanın yanı sıra tıbbi, aroma verici, koku gibi çeşitli amaçlarla kullanılmıştır. Yüzyıllar öncesinden itibaren insanlar bitkilerin iyileştirici gücünü fark ederek uzun süren denemeler sonucunda onları sağlıklı yaşamın bir parçası haline getirmişlerdir. Türkiye sahip olduğu zengin flora sayesinde çok sayıda tıbbi ve aromatik bitkiye ev sahipliği yapmaktadır. Türkiye'nin kuzeydoğusunda konumlanan Artvin ilinin diğer illere nazaran farklı iklim koşullarına sahip olması nedeniyle çeşitli tıbbi ve aromatik bitkilere sahip olduğu bilinmektedir. Bölgede yetişmekte olan tıbbi aromatik bitkiler yöre insanları tarafından geleneksel tedavi yöntemlerinde kullanılmasının yanı sıra aroma, koku ve tat gibi gıdalara entegre edilebilirliği bakımından gastronomi alanında da önemli değer taşımaktadır. Bu bağlamda araştırmanın amacını, Artvin ili Ardanuç ilçesine özgü tıbbi ve aromatik olma özelliği taşıyan bitkilerin gastronomik sağlık açısından incelenmesi oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında detaylı literatür taraması yapılarak bölge gastronomisinde kullanılan tıbbi aromatik bitkiler hakkında bilgiler verilecek ve bu bitkilerin insan sağlığı açısından taşıdıkları önem incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, sağlık, tıbbi ve aromatik bitkiler, Artvin-Ardanuç.

An Evaluation of Medicinal and Aromatic Plants in the Artvin-Ardanuç Region in Terms of Gastronomic Health

Abstract

Since the dawn of human history, plants have played a vital role in sustaining life—not only by providing essential oxygen, but also through their medicinal, aromatic, and olfactory properties. For centuries, humans have recognized the healing potential of plants and, through prolonged experimentation, have integrated them into practices aimed at promoting health and well-being. Thanks to its rich flora, Türkiye hosts a wide variety of medicinal and aromatic plants. The northeastern province of Artvin, characterized by its unique climatic conditions compared to other regions, is known to harbor a diverse range of such plant species. In addition to their traditional use in folk medicine, these plants are also highly valued in the field of gastronomy due to their applicability in enhancing aroma, flavor, and taste in food. Within this context, the aim of this study is to examine the medicinal and aromatic plants native to the Ardanuç district of Artvin in terms of their gastronomic and health-related significance. Through an extensive literature review, the study provides detailed information on the use of medicinal and aromatic plants in local gastronomy and explores their potential benefits to human health.

Keywords: Gastronomy, health, medicinal and aromatic plants, Artvin-Ardanuç

Kahve Atıklarının Yeniden Ürüne Dönüştürülmesi: Sıfır Atık Yaklaşımıyla Nitel Bir İnceleme*

Bilim Uzmanı, Furkan TAŞPINAR

Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
furkantaspinar@anadolu.edu.tr
ORCID: 0009-0006-5551-3710

Doç. Dr. Merve ÖZGÜR GÖDE

Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
merveozgurgode@anadolu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-7315-4284

Özet

Bu çalışma, kahve işletmelerinde kahve üretim sürecinde oluşan gıda atıklarının belirlenerek bu atıkların sıfır atık temelinde yeniden ürüne dönüştürme açısından uygun olup olmadıklarını keşfetmeyi amaçlamaktadır. Gıda endüstrisinde önemli bir yer tutan kahve, tüketim sürecinin ardından büyük miktarda atık oluşturmaktadır. Bu atıkların çevresel etkilerini azaltmak ve sürdürülebilir kaynak kullanımını sağlamak amacıyla, çalışmada kahve atığından yeni ürün elde edilip edilemeyeceği değerlendirilmiştir. Araştırmada nitel veri toplama yöntemlerinden yarı yapılandırılmış bireysel görüşme tekniği kullanılmıştır. Veri toplama sürecinde, kahve sektöründe faaliyet gösteren 12 katılımcıyla yapılan görüşmeler sonucunda veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler betimsel analiz yaklaşımı ile analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda kahve telvesinin temel olarak tatlılarda ve unlu mamullerde kullanımının uygun olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun yanında kahve atığının yeniden ürüne dönüştürülmesinin gastronomi alanında hem çevresel hem de ekonomik açıdan önemli katkılar sağlayacağı ifade edilmiştir. Çalışma ile sıfır atık uygulamalarının sektörde sürdürülebilirlik farkındalığı artırabileceğini ve sürdürülebilir gıda sistemlerinin gelişimine yönelik olumlu etkiler yaratabileceği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sıfır atık, kahve atığı, gastronomi, sürdürülebilirlik, atık yönetimi.

Recycling Coffee Waste into Products: A Qualitative Study with a Zero Waste Approach †

Abstract

This study aims to identify food waste generated during the coffee production process in coffee businesses and determine whether these wastes are suitable for recycling on a zero-waste basis. Coffee, which holds a significant place in the food industry, generates a large amount of waste after consumption. To reduce the environmental impact of this waste and ensure sustainable resource use, the study evaluated whether new products could be obtained from coffee waste. The study employed semi-structured individual interviews, a qualitative research

* Bu bildiri Anadolu Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi Koordinatörlüğü tarafından 2380 projesi numarası ile desteklenen Yüksek Lisans Tez Projesinden Üretilmiştir.

† This paper was produced from the Master's Thesis Project supported by Anadolu University, Scientific Research Projects Coordination Unit Coordinatorship with project number 2380.

method. Data were collected through interviews with 12 participants operating in the coffee sector. The data obtained were analyzed using a descriptive analysis approach. The study concluded that coffee grounds are suitable for use in food production, primarily in desserts and baked goods. Furthermore, it was stated that recycling coffee waste into products would significantly contribute to the gastronomy sector, both environmentally and economically. The study demonstrated that zero-waste practices can raise sustainability awareness in the sector and positively impact the development of sustainable food systems.

Keywords: Zero waste, coffee waste, gastronomy, sustainability, waste management.

Menü Mühendisliği Literatürüne Sistemik Bir Bakış: Tematik ve Metodolojik Eğilimlerin Analizi[‡]

Arş. Gör. Doğuhan EROĞLU

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,
doguhan.eroglu@ogu.edu.tr
ORCID: 0009-0000-9115-6040

Doç. Dr. Merve ÖZGÜR GÖDE

Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,
merveozgurgode@anadolu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-7315-4284

Özet

Bu araştırmanın amacı, Menü Mühendisliği alanında yapılmış akademik çalışmaların sistematik bir bakış açısıyla analiz edilerek; bu çalışmaların eğilimlerini, metodolojik yaklaşımlarını, veri kaynaklarını, uygulama alanlarını ve odaklandıkları tematik başlıkları bütüncül biçimde ortaya koymaktır. Nitel araştırma desenine göre yapılandırılan araştırmada, veri toplama aracı olarak belge (doküman) incelemesi kullanılmıştır. Araştırma metodolojisi olarak sistematik literatür taraması uygulanmış, inceleme süreci SALSA çerçevesi (Search, Appraisal, Synthesis, Analysis) doğrultusunda yapılandırılmıştır. Web of Science ve Scopus veri tabanlarında “menu engineering” anahtar kelimesiyle yapılan taramalarda, başlık, özet ve anahtar kelime alanlarında ilgili terimi içeren 29 çalışma değerlendirmeye alınmıştır. Yıllara göre değerlendirildiğinde, Menü Mühendisliği çalışmalarının 1994–2010 döneminde sınırlı kaldığı, 2011 sonrası ise artan bir ivme kazandığı görülmektedir. Özellikle 2025 yılında gözlenen yayın yoğunluğu, konunun güncel akademik ilgisini yansıtmaktadır. Bu çalışmada elde edilen bulgulara göre, Menü Mühendisliği literatürünün büyük bölümü Amerika Birleşik Devletleri’nde yoğunlaşmaktadır. Çalışmalarda en çok kullanılan veri kaynakları satış ve maliyet verileri olmuştur. Analizlerde klasik matris yöntemi öne çıkarken uygulama bağlamı ve işletme türü olarak ise bağımsız veya zincir restoranlarda yapıldığı görülmektedir. Çalışmaların tematik dağılımına bakıldığında finansal performans ve kârlılık iyileştirmeleri alanına odaklandığı anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Menü mühendisliği, Menü analizi, sistematik literatür taraması.

From Theory to Plate: A Conceptual Overview of Menu Engineering Literature[§]

Abstract

The aim of this research is to systematically analyze academic studies in the field of menu engineering and to holistically reveal their trends, methodological approaches, data sources, application areas, and thematic topics they focus on. Structured according to a qualitative research design, the study used document analysis as the data collection tool. A systematic

[‡] Bu bildiri, Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü’nde yürütülmekte olan “Restoranlarda Envanter Değerleme Tabanlı Menü Analizi” başlıklı Yüksek Lisans tez çalışmasının bir bölümüne dayanmaktadır.

[§] This paper is based on a part of the master's thesis study entitled “Inventory Valuation-Based Menu Analysis in Restaurants,” which is currently being conducted at the Graduate School of Graduate Education, Anadolu University.

literature review was employed as the research methodology, and the review process was structured in accordance with the SALSA framework (Search, Appraisal, Synthesis, Analysis). In searches conducted using the keyword "menu engineering" in the Web of Science and Scopus databases, 29 studies containing the relevant term in the title, abstract, and keyword fields were evaluated. When evaluated by year, it is observed that menu engineering studies were limited between 1994 and 2010 and gained increasing momentum after 2011. The density of publications, particularly observed in 2025, reflects the current academic interest in the subject. According to the findings of this study, the majority of the menu engineering literature is concentrated in the United States. Sales and cost data were the most commonly used data sources in these studies. While the classic matrix method is prominent in the analyses, the application context and business type are independent and chain restaurants. A look at the thematic distribution of the studies reveals a focus on financial performance and profitability improvements.

Keywords: Menu engineering, menu analysis, systematic literature review.

Gastronomide Cam Tavan: Gault & Millau Tarafından Derecelendirilen Türkiye'deki Restoranlarda Çalışan Kadın Şef Sayısı Üzerine Bir Doküman Analizi

Arş. Gör. Berna AYDIN

Bitlis Eren Üniversitesi, Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

baydin@beu.edu.tr

ORCID: 0009-0001-5975-9551

Doç. Dr. Turgay BUCAK

Dokuz Eylül Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

turgay.bucak@deu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-4901-2673

Özet

Bu araştırma, Türkiye'de faaliyet gösteren ve Gault & Millau tarafından değerlendirilen restoranlarda görev yapan kadın şeflerin sayısını belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmada doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın temel çıkış noktası, profesyonel mutfaklarda kadın şeflerin temsil oranının oldukça sınırlı olması ve bu durumun gastronomi sektöründe cam tavan sendromunun somut bir göstergesi olarak değerlendirilmesidir. Araştırma kapsamında, Gault & Millau Türkiye Rehberi'nde 2024 yılı itibarıyla puanlandırılmış 217 restoran incelenmiştir. Buna ek olarak, 2025 yılında rehberde dâhil edilen 81 yeni restoran da çalışmaya dâhil edilmiş ve böylece toplamda 298 işletme değerlendirilmiştir. Restoranların şef kadrolarındaki değişim ihtimali dikkate alınarak her iki yıl için ayrı ayrı güncel veriler toplanmış; ilgili şeflerin cinsiyetleri, yalnızca Gault & Millau'nun resmi web sitesinden değil, aynı zamanda restoranların kendi internet siteleri ve sosyal medya hesapları aracılığıyla da doğrulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, 2024 yılında kadın baş şef oranı %11,52 iken, 2025 yılında bu oran %16,78'e yükselmiştir. Elde edilen bulgular, kadın şeflerin liderlik pozisyonlarına erişiminde kısmi bir artış yaşandığını göstermektedir. Ancak mevcut oranlar, gastronomi sektöründe erkek egemen yapının sürdüğünü ve cam tavan algısının halen varlığını koruduğunu ortaya koymaktadır. Çalışma, Türkiye gastronomi sektöründe toplumsal cinsiyet temelli yapısal eşitsizliklere dikkat çekmekte ve kadın şeflerin mesleki görünürliğünün artırılmasına yönelik hem akademik hem sektörel farkındalık geliştirmeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Cam tavan, kadın şef, Gault & Millau, restoran derecelendirme.

Glass Ceiling in Gastronomy: A Document Analysis on the Number of Female Chefs Working in Gault & Millau-Rated Restaurants in Türkiye

Abstract

This study was conducted to identify the number of female head chefs working in restaurants operating in Türkiye that have been evaluated by Gault & Millau. The research is grounded in the observation that the representation of women in professional kitchens remains limited, highlighting the ongoing presence of the glass ceiling phenomenon within the gastronomy sector. Within the scope of this study, a total of 298 restaurants were examined, comprising 217 establishments evaluated in 2024 and an additional 81 included in 2025. Given the possibility

of staff turnover, all restaurants were re-evaluated for both years to ensure up-to-date data on head chefs' gender. The data collection process involved not only information from Gault & Millau's official website but also verification through the official websites and social media accounts of the respective restaurants. The findings indicate that the proportion of female head chefs stood at 11.52% in 2024, rising to 16.78% in 2025. Although these results suggest a modest improvement in women's access to leadership roles in professional kitchens, the persistence of a male-dominated structure remains evident. The study underscores the ongoing structural gender inequalities within Türkiye's gastronomy sector and highlights the need for enhanced visibility and support for women in leadership positions. Furthermore, the findings contribute to the academic literature by providing up-to-date empirical data on gender representation in gastronomy, while aiming to foster sectoral awareness and promote strategies to increase the representation of women in such roles.

Keywords: Glass ceiling, female chef, Gault & Millau, restaurant evaluation.

Karadeniz Bölgesi Gastronomisinde Coğrafi İşaret Tescilli Ekmekler Üzerine Bir Değerlendirme

Dr. Öğr. Üyesi Sedat TAŞ

Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
sedattas61@gmail.com
ORCID: 0000-0003-3555-7530

Lisans Öğrenci, Edanur KOCAGÖZ

Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
kcgzedanur@gmail.com
ORCID: 0009-0007-8807-2517

Özet

Bu çalışma, gastronomi turizmi içerisinde önemli bir unsur olarak değerlendirilen coğrafi işaret tescilli ekmekleri Karadeniz Mutfağı perspektifiyle ele almayı amaçlamaktadır. Araştırmanın temel amacı, Türkiye genelinde tescillenmiş coğrafi işaretli ekmekleri literatür taraması yöntemiyle incelemek ve bunların Karadeniz bölgesindeki dağılımını ortaya koyarak bu ürünlerin bölgesel gastronomi ve turizm açısından taşıdığı potansiyeli değerlendirmektir. Çalışma kapsamında Türkiye'de tescil almış toplam 48 adet coğrafi işaretli ekmek ürünü tespit edilmiştir. Bu ürünler arasından 11 tanesinin Karadeniz Bölgesi illerinde (Artvin, Rize, Trabzon, Giresun, Gümüşhane, Tokat, Kastamonu, Bartın, Bolu) tescil edildiği belirlenmiştir. Bulgular, coğrafi işaret tescilli ekmeklerin yalnızca kültürel mirasın korunmasına değil, aynı zamanda Karadeniz'in yerel mutfak değerlerinin tanıtımı ve bölgenin gastronomi turizmi potansiyelinin artırılması açısından da önemli bir işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Bu bağlamda Karadeniz tur güzergâhında yer alan illerdeki coğrafi işaret tescilli ekmeklerin, destinasyon kimliğini güçlendirerek sürdürülebilir turizm uygulamalarına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda araştırma kapsamında yapılan önerilerin Karadeniz bölgesinde gastronomi turizminin gelişimine anlamlı katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi işaret tescilli, ekmek kültürü, Karadeniz bölgesi.

An Evaluation of Geographically Indicated Breads in the Gastronomy of the Black Sea Region

Abstract

This study aims to examine geographically indicated breads, considered a key element in the construction of gastronomic identity, from the perspective of Black Sea cuisine. The primary objective of the research is to examine geographically indicated breads registered throughout Türkiye through a literature review method, reveal their distribution in the Black Sea region, and assess the potential of these products for regional gastronomy and tourism. A total of 48 geographically indicated bread products registered in Türkiye were identified within the scope of the study. Ten of these products were registered in the Black Sea provinces, and their spatial distribution was visualized by mapping. The findings demonstrate that geographically indicated breads play a significant role not only in preserving cultural heritage but also in promoting the local culinary values of the Black Sea region and developing gastronomic tourism. In this context, a holistic collaboration model is recommended between local governments, gastronomy professionals, and tourism stakeholders to ensure a more effective integration of geographically indicated breads into Black Sea cuisine and the promotion of cultural heritage.

Keywords: Geographical indication registration, bread culture, Black Sea region.

Gastronomi Turizminde Stratejik Yönelimler: Gastronomi Turizmi Strateji Kılavuzu Örneği ve PESTLE Analizi Yaklaşımı

Dr. Öğr. Üyesi Zühal AKSAKALLI BAYRAKTAR

Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,
zuhal.aksakalli@atauni.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6106-6482

Özet

Gastronomi turizmi, destinasyonların kimliklerini yansıtan ve turizm ekonomisinin katma değerini artıran önemli bir sektörel alt alan olarak görülmektedir. Türkiye, zengin mutfak mirası ve coğrafi çeşitliliğiyle gastronomi turizmi açısından yüksek potansiyele sahip bir destinasyondur. Bu araştırma, Türkiye'nin gastronomi turizmi bağlamındaki stratejik yönelimlerini analiz etmek ve sürdürülebilir gastro gelişimine katkı sağlayacak çeşitli boyutları ortaya koymak amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmanın amacı; Türkiye'nin gastronomi turizmi stratejisinden hareketle çeşitli faktörlerin bütüncül bir değerlendirmesini sunmaktır. Bu amaçla çalışma bağlamında, Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı'nın hazırlamış olduğu Gastronomi Turizmi Strateji Kılavuzu (TGA, 2020) veri kaynağı olarak ele alınarak, Türkiye'nin gastronomi turizmüne yönelik stratejik yaklaşımı değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında bu stratejik çalışmada yer alan çeşitli bağlamlar ele alınıp PESTLE analiz yaklaşımı kullanılarak değerlendirilmiştir. Söz konusu stratejik belgede yer alan verilerin PESTLE analizi boyutları olan politik, ekonomik, sosyal, teknolojik, hukuki ve çevresel boyutlar altında incelenmesiyle bazı bulgulara ulaşılmıştır. Bulgular çerçevesinde Türkiye'nin gastronomi turizmi stratejisinin politika düzeyinde vizyoner ve bütüncül bir çerçeve sunmakta olduğu, ancak uygulamaya ilişkin bölgesel kapasite, dijitalleşme, hukuki altyapı ve çevresel entegrasyon açısından gelişime açık yönler taşıdığı anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, strateji, TGA, PESTLE analizi.

Abstract

Gastronomy tourism is regarded as a significant sub-sector that reflects the identity of destinations and enhances the added value of the tourism economy. With its rich cuisine heritage and geographical diversity, Türkiye possesses high potential as a gastronomy tourism destination. This study aims to analyze Türkiye's strategic orientations in the context of gastronomy tourism and to reveal various dimensions that may contribute to sustainable gastronomic development. The main objective of the research is to present a holistic evaluation of various factors based on Türkiye's gastronomy tourism strategy. To achieve this, the study utilizes the Gastronomy Tourism Strategy Guide prepared by the Türkiye Tourism Promotion and Development Agency (TGA, 2020) as its primary data source, through which Türkiye's strategic approach to gastronomy tourism is examined. Within the scope of the research, the various strategic themes addressed in the guide are analyzed using the PESTLE framework. Accordingly, the content of the strategy document is evaluated under the dimensions of political, economic, social, technological, legal, and environmental factors. The findings suggest that Türkiye's gastronomy tourism strategy presents a visionary and comprehensive framework at the policy level; however, it also reveals certain areas that require development, particularly in terms of regional implementation capacity, digitalization, legal infrastructure, and environmental integration.

Keywords: Gastronomy tourism, strategy, TGA, PESTLE analysis.

Sürdürülebilir Gastronomide Topraksız Tarımın Yeri: Michelin Rehberi Restoranları Üzerine Bir İnceleme

Lisansüstü Öğrenci, Oğuzhan KARAAĞAÇ

Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
oguzhankaraagac9@gmail.com
ORCID: 0009-0001-4257-6142

Doç. Dr. Sema EKİNCEK

Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
semaekincek@anadolu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9186-9323

Özet

İklim değışikliği ve gıda kıtlığına ilişkin küresel sorunlar, geleneksel tarım yöntemlerinin sürdürülebilirliğini tartışmaya açmış ve topraksız tarım gibi alternatif üretim sistemlerine olan ilgiyi artırmıştır. Bu çalışma, hidroponik, aeroponik ve aquaponik yöntemlerin sürdürülebilir gastronomi bağlamındaki konumunu, 2020–2025 yılları arasında Michelin rehberinde yer alan restoranlar üzerinden incelemektedir. Nitel araştırma deseninde yürütülen çalışmada doküman analizi yöntemi kullanılmış ve menü içerikleri, resmi web siteleri ile ikincil kaynaklardan elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Bulgular, menülerinde topraksız tarım ürünlerine yer veren toplam 27 restoranın 18'inin üretimi kendi bünyesinde gerçekleştirdiğini, dokuzunun ise dışarıdan tedarik ettiği görülmüştür. En yaygın kullanılan yöntem %47,6 oranıyla hidroponiktir; bunu aquaponik (%28,6) ve aeroponik (%23,8) yöntemleri takip etmektedir. Üretim sürecini doğrudan kontrol eden restoranların Michelin Yıldız ve Michelin Yeşil Yıldız ödüllerine daha sık sahip olduğu gözlenmiştir. Çalışma, sürdürülebilir gastronomi bağlamında üretim biçimi, süreç yönetimi ve şeffaflığın önemine işaret etmekte; yalnızca ürün kullanımının değil, aynı zamanda üretim süreçlerinin yönetiminin ve tüketici bilgilendirme uygulamalarının da belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır. Bulgular ayrıca, restoranların kendi üretim sistemlerini geliştirmesinin, sektörel dönüşümü destekleyecek politika ve eğitim programları ile teşvik edilmesi gerektiğini göstermektedir. Böylece çalışma, literatüre teorik olarak sürdürülebilirlik kavramının gastronomi alanındaki bütüncül boyutlarını hatırlatırken, pratik olarak da restoranlar, politika yapıcılar ve eğitim kurumları için yol gösterici öneriler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gıda kıtlığı, topraksız tarım, sürdürülebilir gastronomi, Michelin Guide.

The Place of Soilless Agriculture in Sustainable Gastronomy: An Examination on Michelin Guide Restaurants

Abstract

Global challenges such as climate change and food security challenges have questioned the sustainability of traditional agricultural methods and increased the interest in alternative systems such as soilless farming. This study examines the position of hydroponic, aeroponic, and aquaponic techniques within the context of sustainable gastronomy, focusing on restaurants listed in the Michelin Guide between 2020 and 2025. Conducted with a qualitative research design, the study employed document analysis based on menu contents, official websites, and

secondary sources. Findings indicate that among the 27 restaurants identified, 18 managed production in-house while 9 sourced externally. The most commonly used technique was hydroponics (47.6%), followed by aquaponics (28.6%) and aeroponics (23.8%). Restaurants with direct control over production processes were more frequently awarded Michelin Stars and Michelin Green Stars. The results suggest that beyond the mere use of sustainable products, production methods, process management, and transparency play a critical role in sustainable gastronomy practices. Furthermore, the study highlights the importance of encouraging restaurants to establish their own production systems, supported by policy measures, technical guidance, and educational programs. Theoretically, this research contributes to the literature by emphasizing the holistic dimensions of sustainability in gastronomy; practically, it provides insights for restaurants, policymakers, and educational institutions seeking to enhance sustainability-oriented practices.

Keywords: Food scarcity, soilless farming, sustainable gastronomy, Michelin Guide.

Fonksiyonel Gıdalar Alanında Yapılan alışmaların Bibliyometrik Analizi

Lisansüstü Öğrenci, Beyzanur DEMİR

İstanbul Gedik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
beyzdmrrr@gmail.com
ORCID: 0009-0009-9733-1941

Doç. Dr. Nihan YARMACI GÜVENÇ

İstanbul Gedik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
nihan.yarmaci@gedik.edu.tr
ORCID: 0000-0002-2679-5468

Özet

Fonksiyonel gıdalar, bireylerin temel beslenme ihtiyaçlarını karşılayanın ötesinde, sağlık üzerinde olumlu etkiler sağlayan gıda bileşenleridir. Bu kapsamda gerçekleştirilen çalışmanın amacı, fonksiyonel gıdalarla ilgili 2002-2024 tarihleri arasında yayınlanan makalelerin bibliyometrik analizini yapmaktır. Araştırma sonucunda fonksiyonel gıdalar ile ilgili literatürde bir durum saptamasına ulaşılması hedeflenmektedir. Bu bağlamda, 2025 yılı Nisan ayı itibariyle DergiPark platformunda yayımlanan 252 makale incelenmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde betimsel istatistikler ve içerik analizi yöntemleri kullanılmıştır. Elde edilen bulgular; makalelerin yayımlandıkları yıl, araştırma yöntemi, yazar sayısı, veri toplama aracı, yabancı kaynak sayısı, yayımlandıkları dergiler, anahtar kelimeler ve konularına göre kategorize edilmiştir. Çalışmanın sonuçları doğrultusunda, fonksiyonel gıdalarla ilgili çalışmaların 2020-2024 yılları arasında arttığı gözlemlenmiştir. Çalışmaların çoğunluğu nitel veri analizi yöntemleriyle gerçekleştirilmiş olup, en çok derleme türü çalışmalar olduğu belirlenmiştir. Fonksiyonel gıdalarla ilgili en fazla çalışmanın “Gıda” dergisinde yayımlandığı tespit edilmiştir. Ayrıca Dergiparkta yayınlanan makalelerin genel olarak yayın dilinin Türkçe olduğu, yabancı dilde yayınlanan makalelerin sayısının toplam 49 adet olduğu tespit edilmiştir. Bu çerçevede en çok yabancı dilde yayınlanan makalenin ise 2024 yılında olduğu tespit edilmiştir. Fonksiyonel gıdalar ile ilgili yapılan çalışmalarda sağlığa etkisi ve önemi ile fonksiyonel gıda içeriği olarak kullanım potansiyeli konularının ağırlıkta olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın, fonksiyonel gıdalar alanında literatüre yönelik bir durum tespiti sunması ve araştırmacılara gelecek odaklı bir perspektif kazandırması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Fonksiyonel gıda, sağlıklı beslenme, bibliyometrik analiz, içerik analizi, betimsel istatistik.

Bibliometric Analysis of Studies in the Field of Functional Foods

Abstract

Functional foods are food ingredients that not only meet the basic nutritional needs of individuals but also provide positive health benefits. In this context, the aim of this study is to examine articles on functional foods between 2002 and 2024 to assess the current state of the literature on the subject. In this context, 252 articles published on the DergiPark platform as of April 2025 were examined. Descriptive statistics and content analysis methods were used to

analyze the data. The findings were categorized according to the year the articles were published, research method, number of authors, data collection tool, number of external sources, journals in which they were published, keywords, and subject matter. Based on the results of the study, it was observed that studies on functional foods increased between 2020 and 2024. The majority of the studies were conducted using qualitative methods, and the majority were review studies. It was determined that the most studies on functional foods were published in the journal "Food". Additionally, it was determined that the general language of publication for articles published in Dergipark is Turkish, with a total of 49 articles published in foreign languages. Within this framework, it was determined that the highest number of articles published in a foreign language occurred in 2024. In studies on functional foods, it has been determined that the health effects and importance of them and their potential use as functional food ingredients are the predominant issues. This research is considered important because it provides a current assessment of the literature in the field of functional foods and provides researchers with a future-oriented perspective.

Keywords: Functional food, healthy nutrition, bibliometric analysis, content analysis, descriptive statistics.

Türk Mutfak Kültüründe Tandır Kebabı: Çorum'da Nitel Bir Araştırma

Doç. Dr. Ali İzzet YILMAZ

Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
aliizzetyilmaz@hitit.edu.tr
ORCID: 0000-0003-4513-5518

Gökçe BALCI UYSAL

Çorum Belediyesi, Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü
balcgokc@gmail.com
ORCID: 0009-0000-0662-6299

Özet

Bu çalışma, Çorum Mutfağı'nın öne çıkan yemeklerinden birisi olan tandır kebabının özelliklerinin tespit edilmesi ve tanıtılması amacıyla yapılmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi ve kültür deseni kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak Çorum Tandır Kebabı yapan işletmelerle tekrarlayan görüşmeler yapılmıştır. Çalışmada kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmaya, bilinen ve en eski tandır kebabı yapan işletme sahipleri ile ustaları dahil edilmiştir. Görüşmeler, katılımcıların onayı alınarak ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Bu kayıtlar yazılı metin haline getirilerek içerik analizi ile incelenmiştir. Analiz sonucunda tespit edilen kodlar, temalarda bir araya toplanmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların kaç kuşaktır tandır kebabı yaptıkları, kebab yapımında kullanılan tandır ile kuzu etinin ve diğer malzemelerin özellikleri, işletmelerin ve tandır kebabının zaman içerisinde uğradığı değişimler tespit edilmiştir. Katılımcılar, Çorum Tandır Kebabı'nın diğer illerde yapılan tandır, fırın ve kuyu kebabı gibi isimlerle bilinen yemeklerle olan farklılıklarını açıklamışlardır. Çorum Tandır Kebabı, Çorum'a özgü "Pazar Ekmeği" olarak bilinen, bıçakla dikdörtgen biçiminde kesilen ve kebabın yağına batırılan pide parçaları ile tabakta servis edilmektedir. Aynı bir tabakta domates ve soğan söğüş ile közlenmiş yeşil biber veya mevsim salatası, içecek olarak ayran veya üzüm suyu, tatlı olarak tel veya ekmek kadayıfı verilmektedir. Araştırmada, tandır kebabının Çorum Merkezi'nde, geçmiş yıllarda Veli Paşa Hanı önünde, kebabçılar caddesi olarak anılan sokaktaki işletmelerde, yılın belirli bir döneminde 10.00-14.00 saatlerinde servis edildiği belirlenmiştir. Günümüzde Çöplü Arastası'nda faaliyet gösteren tandırcılar bu geleneği devam ettirmektedirler. Şehrin zamanla büyümesi, hitap edilen müşteri kitlesinin değişmesi, işyerlerinin yıkılması gibi nedenlerle farklı semtlere taşınan işletmeler ise öğle ve akşam saatlerinde tandır kebabı ile beraber diğer yemekleri de sunmaktadırlar. Sonuç olarak, Çorum Tandır Kebabı diğer illerde yapılanlar yemeklerden farklı ve coğrafi işaret alabilecek özelliklere sahip olup, ilgi ziyaret eden turistlerin tercih ettiği ve beğendiği gastronomik bir üründür.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, yöresel mutfak, coğrafi işaret, yemek kültürü, kültürel miras.

Tandır Kebab in Turkish Culinary Culture: A Qualitative Study in Çorum

Abstract

This study was conducted to identify and promote the characteristics of tandir kebab, one of the most prominent dishes of the Çorum cuisine. Qualitative research methods and cultural

patterns were used in the study. Repeated interviews were conducted with businesses that make Çorum tandır kebab using a semi-structured interview form. Snowball sampling was used in the study. The study included the owners and masters of the oldest known tandır kebab establishments. The interviews were recorded with the participants' consent using a voice recorder. These recordings were transcribed into written text and analysed using content analysis. The codes identified at the end of the analysis were grouped together into themes. The study revealed how many generations the participants had been making tandır kebab, the characteristics of the tandır used in kebab production, the lamb meat and other ingredients, and the changes that the businesses and tandır kebab had undergone over time. The participants explained the differences between Çorum Tandır Kebab and other dishes known by names such as 'tandır, fırın, and kuyu kebab' in other provinces. Çorum Tandır Kebab is served on a plate with pieces of pide bread, known as 'Pazar Ekmeği' (market bread) specific to Çorum, which are cut into rectangular shapes with a knife and dipped in the kebab's fat. On a separate plate, tomato and onion salad, grilled green peppers, or seasonal salad are served, along with ayran or grape juice as a beverage, and 'tel or bread kadayıf' as a dessert. The study found that tandır kebab was served in establishments on the street known as Kebabçılar Caddesi (Kebab Street) in front of Veli Paşa Han in the centre of Çorum between 10:00 a.m. and 2:00 p.m. during a specific period of the year in previous years. Today, tandır kebab vendors operating in Çöplü Arastası continue this tradition. However, businesses that have moved to different neighbourhoods due to reasons such as the city's growth over time, changes in the customer base, and the demolition of business premises now serve other dishes alongside tandır kebab during lunch and dinner hours. In conclusion, Çorum Tandır Kebab is distinct from dishes prepared in other provinces and possesses characteristics eligible for a geographical indication. It is a gastronomic product preferred and appreciated by tourists visiting the province.

Keywords: Gastronomy, regional cuisine, geographical indication, food culture, cultural heritage.

Gastronomi Destinasyonlarının Marka İmajının Negatif Açıdan İncelenmesi

Öğr. Gör. Ekin AKBULUT

Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ekin.akbulut@deu.edu.tr
ORCID. 0000-0002-1452-3422

Özet

Bu çalışma, gastronomi temelli destinasyon markalaşmasının olumsuz yönlerini teorik bir çerçevede ele almayı amaçlamaktadır. Literatürde gastronomi, destinasyonun kültürel kimliğini yansıtan ve marka değerini artıran stratejik bir unsur olarak değerlendirilmekte; yerel mutfak, deneyimsel turizm ve kültürel mirasın aktarımı açısından önemli katkılar sunmaktadır. Ancak bu katkıların yanında, aşırı turistik talep ve plansız markalaşma süreçleri, destinasyonun sürdürülebilirliği ve otantik yapısı üzerinde çeşitli riskler doğurabilmektedir. Araştırma, kavramsal çalışma yaklaşımıyla yapılandırılmış olup, gastronomi temelli destinasyon imajının oluşum süreci, paydaşların rolü, hizmet kalitesi ve tüketici algısı gibi değişkenler üzerinden değerlendirilmiştir. Literatür taraması kapsamında gastronomi ve destinasyon markalaşması ilişkisi çok boyutlu olarak incelenmiş; özellikle sürdürülebilirlik sorunları, otantikliğin bozulması, yerel ürün tedarikinde aksaklıklar ve standartlaşmama gibi başlıklar altında olumsuz etkiler tartışılmıştır. Çalışmada ayrıca, gastronomi temelli pazarlama faaliyetlerinin yerel halkın temsiliyetini zayıflatabileceği, kültürel değerlerin ticari baskılarla dönüşebileceği ve hizmet kalitesindeki yetersizliklerin destinasyon imajını olumsuz etkileyebileceği vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, gastronomi yalnızca bir tanıtım, pazarlama ve markalaşma aracı değil; aynı zamanda kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması açısından stratejik bir sorumluluk alanı olarak ele alınmalıdır. Araştırma, gelecekte yapılacak ampirik çalışmalar için teorik bir temel sunmakta ve destinasyon yöneticilerine bütüncül bir bakış açısı kazandırmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, destinasyon markalaşması, negatif destinasyon imajı.

Investigation of Brand Image of Gastronomy Destinations from a Negative Perspective

Abstract

This study aims to examine the negative dimensions of gastronomy-based destination branding within a theoretical framework. In the literature, gastronomy is regarded as a strategic component that reflects the cultural identity of a destination and enhances its brand value. It contributes significantly to local culinary promotion, experiential tourism, and the transmission of cultural heritage. However, alongside these contributions, excessive tourist demand and unplanned branding processes may pose various risks to the sustainability and authenticity of destinations. The research is structured around a conceptual study approach and evaluates the formation of gastronomy-based destination image through variables such as stakeholder involvement, service quality, and consumer perception. Through an extensive literature review, the relationship between gastronomy and destination branding is analyzed from a multidimensional perspective, with particular emphasis on issues such as sustainability challenges, loss of authenticity, disruptions in local product supply, and lack of standardization. Furthermore,

the study highlights that gastronomy-oriented marketing activities may weaken local representation, transform cultural values under commercial pressures, and negatively affect destination image due to inadequate service quality. In this context, gastronomy should not be considered merely as a tool for promotion, marketing, and branding, but rather as a strategic domain for the preservation of cultural heritage and the achievement of sustainable development. The research offers a theoretical foundation for future empirical studies and aims to provide destination managers with a holistic perspective.

Keywords: Gastronomy, destination branding, negative destination image.

Kahve ve Müzik İlişkisine Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz

Öğr. Gör. Dr. Hilal ÖZ

Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
hilal.oz@mku.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7157-6013

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet BEYAZGÜL

Harran Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
mehmetbeyazgul@harran.edu.tr
ORCID: 0000-0002-3139-4351

Özet

Bu çalışma, kahve ve müzik ilişkisini konu alan akademik yayınların bibliyometrik analizini yaparak alanın yapısal özelliklerini, gelişim eğilimlerini ve temel araştırma odaklarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmanın verileri, Web of Science veri tabanında 1982–2025 yılları arasında yayımlanan ve “coffee” ile “music”, “sound”, “melody” veya “melodies” anahtar kelimeleri kullanılarak elde edilen 301 makaleden oluşmaktadır. Analizler, Bibliometrix R paketi kullanılarak gerçekleştirilmiş; yayın yıllarına göre dağılım, en üretken yazarlar, kurumlar, ülkeler, atıf alan yayınlar ve anahtar kelime eş-oluşum ağları incelenmiştir. Bulgular, araştırma sayısının özellikle son on yılda belirgin bir artış gösterdiğini ortaya koymaktadır. ABD, hem yayın sayısında hem de uluslararası işbirliklerinde lider konumda bulunurken; çalışmaların “kahve tüketimi, müzik, duysal deneyim, performans, arka plan müziği” gibi temalar etrafında yoğunlaştığı belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar, kahve ve müzik etkileşiminin multidisipliner bir bakış açısıyla ele alınması gerektiğini göstermektedir. Gelecekteki araştırmalarda, farklı kültürel bağlamlarda karşılaştırmalı analizlerin yapılması, turizm ve gastronomi alanlarında pazarlama stratejilerine yönelik uygulamalı çalışmaların artırılması önerilmektedir. Çalışma, yalnızca Web of Science verileriyle sınırlı olup, bibliyometrik göstergelerin ötesine geçerek deneysel ve nitel analizlerle desteklenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kahve, müzik, bibliyometrik analiz, çoklu duysal deneyim, Web of Science.

A Bibliometric Analysis of the Relationship Between Coffee and Music

Abstract

This study presents a bibliometric analysis of academic research on the relationship between coffee and music, aiming to reveal the structural characteristics, developmental trends, and key research themes in the field. Data were obtained from the Web of Science Core Collection for the period 1982–2025 using the keywords “coffee” AND (“music” OR “sound” OR “melody” OR “melodies”). The final dataset consists of 301 publications, which were analyzed using the Bibliometrix R package. The analysis examined annual publication trends, the most productive authors, institutions, and countries, the most cited documents, keyword co-occurrence networks, and thematic structures. The results indicate a significant increase in research acti-

vity over the last decade, with the United States leading in both publication output and international collaborations. The thematic analysis reveals that studies in this domain are predominantly clustered around topics such as coffee consumption, music, sensory experience, performance, and background music. These themes highlight the interdisciplinary nature of the field, spanning sensory science, psychology, marketing, and hospitality. This study provides a structured overview of the coffee–music literature and identifies key gaps, such as the limited number of empirical studies focusing on cultural differences and consumer behavior. Future research should incorporate cross-cultural comparisons, experimental designs, and applied studies in tourism, gastronomy, and marketing contexts. The study is limited to Web of Science data and bibliometric indicators; thus, integrating other databases and qualitative analyses could provide a more comprehensive understanding of the topic.

Keywords: Coffee, music, bibliometric analysis, multisensory experience, Web of Science.

Destinasyon Pazarlaması Açısından Festival Etkinliklerinin Değerlendirilmesi: Yerel Halkın Algısı ile Samsun Ot Festivali Örneği

Lisansüstü Öğrenci, Muhammed Melik BAYAM

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği A.B.D.
melik_bozkurt_58@hotmail.com
ORCID: 0009-0003-1539-2641

Arş. Gör. Gökhan ERŞEN

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
gokhan.ersen@omu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7953-6868

Prof. Dr. Yetkin BULUT

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
ybulut@omu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9870-592X

Özet

Bu çalışma, destinasyon pazarlaması bağlamında festival etkinliklerinin önemini ve yerel halkın bu tür etkinliklere yönelik algılarını Samsun Ot Festivali özelinde incelemeyi amaçlamaktadır. Günümüzde destinasyonlar, rekabet avantajı elde etmek ve sürdürülebilir kalkınmayı desteklemek için festival ve etkinlikleri stratejik bir araç olarak kullanmaktadır. Araştırmada, festivallerin bir destinasyonun tanıtımına, marka imajına ve ekonomik canlılığına katkıları; yerel halkın sosyal, kültürel ve ekonomik perspektifleri üzerinden değerlendirilmiştir. Samsun Ot Festivali, 29 Mayıs - 1 Haziran tarihleri arasında düzenlenmiş olup, araştırma kapsamında yüz yüze ve çevrimiçi yöntemlerle toplam 319 anket verisi toplanmıştır. Elde edilen veriler kapsamında, yerel halkın festivale ilişkin memnuniyet düzeyi, katılım sıklığı, ekonomik beklentileri ve sosyal etkileşim düzeyleri analiz edilmiştir. Bulgular, festivalin bölge ekonomisine canlılık kattığını, kültürel mirasın korunmasına ve aktarılmasına önemli ölçüde katkı sağladığını ve toplum içinde sosyal bağları güçlendirdiğini göstermektedir. Bununla birlikte, festivalin tanıtım faaliyetlerinde ve ekonomik faydaların yerel halk arasında eşit olarak dağıtılmasında bazı eksikliklerin varlığı tespit edilmiştir. Bu durum, festivalin sürdürülebilirliği ve daha geniş katılımı için önemli bir iyileştirme alanı olarak değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçları doğrultusunda, festival organizatörlerine ve destinasyon yöneticilerine, dijital medya kullanımının artırılması, yerel halkın ekonomik faydalarının yaygınlaştırılması ve kültürel etkinliklerin çeşitlendirilmesi gibi stratejik öneriler sunulmuştur. Bu çalışma, festival etkinliklerinin destinasyon pazarlamasındaki işlevselliği ve sürdürülebilir kalkınmaya katkısı konusunda yerel halkın perspektifini ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır.

Anahtar kelimeler: Destinasyon pazarlaması, ot festivali, yerel halk algısı, gastronomi festivali.

Evaluation of Festival Events from the Perspective of Destination Marketing: The Case of Samsun Herb Festival Based on Local Community Perceptions

Abstract

This study aims to examine the significance of festival events within the context of destination marketing and to explore local residents' perceptions of such events, with a specific focus on the Samsun Herb Festival. Today, the tourism sector employs festivals and events as strategic tools to enhance the competitive advantage of destinations and to promote sustainable development. The research evaluates the contributions of festivals to destination promotion, brand image, and economic vitality through the social, cultural, and economic perspectives of the local community. The Samsun Herb Festival, held between May 29 and June 1, served as the case study, and a total of 319 survey responses were collected through both face-to-face and online methods. The data were analyzed in terms of local residents' satisfaction levels, frequency of participation, economic expectations, and social interaction. The findings indicate that the festival revitalizes the regional economy, contributes significantly to the preservation and transmission of cultural heritage, and strengthens social bonds within the community. However, certain shortcomings were identified regarding promotional activities and the equitable distribution of economic benefits among local residents. These issues were considered critical areas for improvement to ensure the festival's sustainability and broader participation. Based on the results, strategic recommendations were presented to festival organizers and destination managers, including the increased use of digital media, the wider distribution of economic benefits to the local community, and the diversification of cultural activities. This study is significant in revealing local residents' perspectives on the functionality of festival events in destination marketing and their contributions to sustainable development.

Keywords: Destination marketing, herb festival, local community perception, gastronomy festival.

Sosyal Medyanın Yeme Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisi

Arş. Gör. Burakhan POLAT

İstanbul Beykent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
burakhanpolat@beykent.edu.tr
ORCID: 0009-0005-0985-0487

Dr. Öğr. Üyesi Esat ÖZATA

İstanbul Beykent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
esatozata@beykent.edu.tr
ORCID: 0000-0002-8175-1361

Özet

Günümüzde sosyal medya, bireylerin yeme alışkanlıklarını şekillendiren önemli bir unsur hâline gelmiştir. Özellikle yemek kategorisinde içerik üreticilerinin paylaştıkları görseller, tarifler, ürün önerileri ve restoran tanıtımları tüketici davranışlarını yönlendirmektedir. Bu araştırma, yeme-içme içeriklerinin bireylerin tüketim kararları üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Sosyal medya kullanıcılarına uygulanan çevrimiçi anket aracılığıyla elde edilen veriler SPSS programında analiz edilmiştir. Bulgular, genç bireylerin içerik üreticilerinin önerileri doğrultusunda yemek tercihi yaptıklarını, yeni ürünleri denediklerini ve restoran seçimlerinde etkilendiklerini göstermiştir. Ayrıca, görsel sunum kalitesi ve hikâye anlatımının etki gücünü artırdığı; estetik ve pratik içeriklerin daha fazla tercih edildiği belirlenmiştir. İçerik üreticilerinin güvenilirliği de katılımcıların satın alma davranışında önemli bir faktör olarak öne çıkmıştır. Bu bağlamda sosyal medya içerik üreticilerinin gastronomi alanında tüketici tercihlerini yönlendiren güçlü bir araç olduğu ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, yeme alışkanlıkları, içerik üreticileri, tüketici davranışları, gıda tüketimi.

The Impact of Social Media on Eating Habits

Abstract

Nowadays, social media has become a significant factor in shaping individuals' eating habits. In particular, food-related content shared by influencers—such as visuals, recipes, product recommendations, and restaurant promotions—guides consumer behavior. This study aims to examine the impact of food and beverage content on individuals' consumption decisions. Data were collected through an online survey administered to social media users and analyzed using SPSS. The findings revealed that young individuals make food choices, try new products, and select restaurants under the influence of content creators' recommendations. Moreover, the quality of visual presentation and “storytelling” was found to enhance persuasive power, while aesthetic and practical content was preferred more frequently. The reliability of content creators also emerged as a key factor affecting participants' purchasing behavior. In this context, it was concluded that social media content creators represent a powerful tool in shaping consumer preferences in the field of gastronomy.

Keywords: Social media, eating habits, content creators, consumer behavior, digital marketing, food consumption.

Üçüncü Dalga Kahve İşletmelerinde Yetenek Yönetimi Uygulamalarının İncelenmesi

Lisansüstü Öğrenci, Kübra ŞENGÜL

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Araştırmaları Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
kubraturkersengul@gmail.com
ORCID: 0000-0002-0307-9805

Lisansüstü Öğrenci, Merve ÇAVUŞ

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Araştırmaları Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
mervecavus000@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4658-2723

Prof. Dr. Lütfi BUYRUK

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
buyruk@nevsehir.edu.tr
ORCID: 0000-0002-1921-7782

Özet

Üçüncü dalga kahve işletmelerinin popülerliğı her geçen gün artmakta ve özellikle yeni neslin uğrak noktası olmaktadır. Bu rağbet, işletmelerin hizmet kalitesini artırmak için yetenek yönetimi süreçlerine önem vermesini sağlamıştır. Etkili yetenek yönetimi uygulamaları, çalışanların iş davranışlarını teşvik ederek işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmelerine de olanak tanır. Bu nedenle bu araştırmada üçüncü dalga kahve işletmelerinde yetenek yönetimi süreçlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemine dayalı olarak tasarlanan bu çalışmada Nevşehir ilinde yer alan üçüncü dalga kahve işletmelerindeki yetenek yönetimi uygulamalarının belirlenmesi için yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yetenek yönetimi, üçüncü dalga kahve işletmeleri, kariyer yönetimi.

Examining Talent Management Practices in Third Wave Coffee Enterprises

Abstract

The popularity of third-wave coffee shops is increasing daily and is becoming a popular destination, particularly for the younger generation. This popularity has led businesses to prioritize talent management processes to improve service quality. Effective talent management practices also enable businesses to achieve sustainable competitive advantage by encouraging employee work behaviors. Therefore, this study aimed to examine talent management processes in third-wave coffee shops. Designed using qualitative research methods, this study used a semi-structured interview form to identify talent management practices in third-wave coffee shops located in Nevşehir province.

Keywords: Talent management, third wave coffee businesses, carier management.

Kayseri Örneğinde Yerel Gastronomi Turizminin Sürdürülebilirliğine Yönelik Bir Değerlendirme

Lisansüstü Öğrenci, Rana Nur DEMİR

Kapadokya Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
rananurdmr@gmail.com
ORCID: 0009-0009-0746-7942

Dr. Öğr. Üyesi Mine ERDEM BÜYÜKKIRAZ

Kapadokya Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
mine.buyukkiraz@kapadokya.edu.tr
ORCID: 0000-0002-8724-0466

Özet

Bu çalışma, gastronomi turizmi ve sürdürülebilirlik ilişkisini literatür temelli bir yaklaşımla ele almaktadır. Gastronomi turizmi, yalnızca yeme-içme etkinliklerinden ibaret olmayıp; bir bölgenin kültürel mirasını tanıtmaya, yerel ekonomiyi canlandırma ve çevresel dengeyi gözetme potansiyeline sahiptir. Sürdürülebilir gastronomi turizmi; yerel üreticilerin desteklenmesi, gıda israfının azaltılması ve kültürel değerlerin korunması gibi çok yönlü katkılar sunmaktadır. Kayseri ili örneğinde ise pastırma, mantı, nevzine tatlısı gibi coğrafi işaretli ürünler ve geleneksel mutfak kültürü, şehri gastronomi turizmi açısından önemli bir destinasyon haline getirmektedir. Sonuç olarak bu çalışmada, Kayseri'nin sahip olduğu güçlü gastronomi mirası, coğrafi işaretli ürünleri ve kültürel zenginliği doğrultusunda, yerel gastronomi unsurlarının korunması ve sürdürülebilirlik ilkeleriyle bütünleştirilmesi gerektiği vurgulanmakta; gastronomi turizminin kültürel süreklilik ve bölgesel kalkınma açısından stratejik bir fırsat sunduğu ifade edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, sürdürülebilirlik, yerel mutfak, Kayseri, kültürel miras.

An Assessment of the Sustainability of Local Gastronomic Tourism in the Case of Kayseri

Abstract

This study addresses the relationship between gastronomy tourism and sustainability through a literature-based approach. Gastronomy tourism goes beyond eating and drinking activities; it holds potential for promoting a region's cultural heritage, revitalizing the local economy, and maintaining environmental balance. Sustainable gastronomy tourism provides multifaceted contributions such as supporting local producers, reducing food waste, and preserving cultural values. In the case of Kayseri, products with geographical indications like pastırma, mantı, and nevzine dessert, along with the region's traditional culinary culture, make the city a prominent destination in terms of gastronomy tourism. As a result, this study emphasizes the importance of preserving local gastronomy elements and integrating sustainability principles, underlining that gastronomy tourism presents a strategic opportunity for cultural continuity and regional development.

Keywords: Gastronomy tourism, sustainability, local cuisine, Kayseri, cultural heritage.

Samsun Ot Yemekleri Festivaline Katılan Ziyaretçilerin Memnuniyet Düzeyinin Değerlendirilmesi

Lisansüstü Öğrenci, Berivan GEZMİŞ

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği A.B.D.
berivangezmis@gmail.com
ORCID: 0009-0002-3964-4711

Arş. Gör. Gökhan ERŞEN

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
gokhan.ersen@omu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7953-6868

Prof. Dr. Yetkin BULUT

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
ybulut@omu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9870-592X

Özet

Nowadays, social media has become a significant factor in shaping individuals' eating habits. In particular, food-related content shared by influencers—such as visuals, recipes, product recommendations, and restaurant promotions—guides consumer behavior. This study aims to examine the impact of food and beverage content on individuals' consumption decisions. Data were collected through an online survey administered to social media users and analyzed using SPSS. The findings revealed that young individuals make food choices, try new products, and select restaurants under the influence of content creators' recommendations. Moreover, the quality of visual presentation and “storytelling” was found to enhance persuasive power, while aesthetic and practical content was preferred more frequently. The reliability of content creators also emerged as a key factor affecting participants' purchasing behavior. In this context, it was concluded that social media content creators represent a powerful tool in shaping consumer preferences in the field of gastronomy.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, ziyaretçi memnuniyeti, ot festivali.

Evaluation of the Satisfaction Level of the Visitors Attending the Samsun Herb Food Festival

Abstract

This study aims to evaluate the satisfaction levels of visitors who attended the 8th Samsun Local Herb Cuisine Festival, held in Samsun between May 29 and June 1, 2025. Examined within the context of gastronomy tourism, the festival contributes both to the preservation of cultural heritage and to sustainable tourism practices through the promotion of local herb-based dishes. The study population consisted of festival visitors, while the sample comprised 311 voluntary participants. A questionnaire consisting of two sections was used as the data collection tool, and the responses were evaluated using a five-point Likert scale. The analysis results

revealed that participants reported high levels of overall satisfaction with the festival, particularly regarding food quality, price affordability, and intention to revisit. The findings indicate that the Samsun Herb Cuisine Festival leaves a positive impression on visitors and holds significant potential for the development of local gastronomy tourism. On the other hand, areas such as promotional activities, shopping opportunities, and the number of events held throughout the year were identified as requiring improvement.

Keywords: Gastronomy tourism, visitor satisfaction, herb festival.

Yetişkin Bireylerde Tatlı Bağımlılığı ve Tatlı Tercihleri

Doç. Dr. Ozan GÜLER

Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
ozanguler@mersin.edu.tr
ORCID: 0000-0002-0062-3983

Lisansüstü Öğrenci, Oğuzhan TOPAL

Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
topaloguzhan@hotmail.com
ORCID: 0009-0000-2918-4593

Lisansüstü Öğrenci, Nuri Anıl MAZLUM

Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
nurianilmazlum@gmail.com
ORCID: 0009-0001-3322-5084

Lisansüstü Öğrenci, Armağan Berkay FİLİZ

Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
armaganberkayflz33@gmail.com
ORCID: 0009-0009-7669-8357

Lisansüstü Öğrenci, Elif EDE

Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
eliff.edee@gmail.com
ORCID: 0009-0001-9847-5957

Özet

Tatlılar, tarih boyunca bireylerin fizyolojik enerji ihtiyaçlarının yanı sıra, duygusal, kültürel ve psikolojik ihtiyaçlarına da hitap eden simgeler haline gelmiştir. Öyle ki tatlı tüketimi bazı bireylerde bağımlılık haline gelebilmektedir. Buradan hareketle araştırmada, bireylerin tatlı bağımlılık durumları ve dışarıda tatlı yeme tercihleri arasındaki ilişkiler demografik değişkenlerin de dikkate alınmasıyla birlikte irdelenmiştir. 30 tatlı görseli üzerinden en beğenilen 5 tercihin öğrenilmesi ve tatlı bağımlılık ölçeğine verilen cevaplar üzerinden betimleyici ve fark testi istatistikleri gerçekleştirilmiştir. Toplamda 283 katılımcıdan elde edilen bulgular, bireylerin tatlı bağımlılığının genel olarak düşük olduğunu, buna karşın kadın katılımcıların tatlı bağımlılığı ortalamalarının erkeklere göre anlamlı şekilde daha yüksek olduğunu göstermektedir. İlk 5 tatlı tercihi açısından baklava, künefe ve sütlaç en ön planda tatlılar iken profiterol, ıslak kek ve ekler de en beğenilen diğer tatlılar içerisinde yer almıştır. Buradan hareketle, bireylerin tatlı tercihlerinin yöresel, şerbetli ve sütlü tatlılar ağırlıklı olduğu söylenebilir. Tatlı tercihleri açısından kazandibi tatlısı dışında hiçbir tatlı tercihinin demografik değişkenler açısından anlamlı şekilde farklılaşmadığı anlaşılmaktadır. Tatlı bağımlılığı açısından kadınların ve 18-24 yaş grubunun diğer demografik özelliklere kıyasla anlamlı şekilde farklılaştığı da bir diğer bulgudur. Erkek katılımcıların baklava tercihinin kadınlara göre baskın olduğu görülmüşken, diğer tüm tatlı tercihlerinde kadınların daha istekli olduğu görülmüştür. Mersin örnekleminde gerçekleştirilen bu araştırma sonuç olarak dışarıda tatlı yeme niyeti açısından genç nüfusun, kadınların ve yöresel şerbetli ve sütlü tatlıların önemli değişkenler olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Yeme bağımlılığı, tatlı bağımlılığı, tatlı tercihi.

Dessert Addiction and Preferences in Adult Individuals

Abstract

Throughout history, sweets have evolved into symbols that satisfy not only individuals' physiological energy needs but also their emotional, cultural, and psychological needs. Some individuals may develop an addiction to sweet consumption. This study examined the relationships between individuals' levels of sweet addiction and their preferences for consuming sweets outside, taking demographic variables into account. The five most favored dessert preferences were identified through 30 dessert visuals, and descriptive and difference test statistics were applied based on responses to the dessert addiction scale. Findings from 283 participants indicate that individuals' sweet addiction levels are generally low; however, female participants exhibited a significantly higher average sweet addiction than male participants. Among the top five dessert preferences, baklava, künefe, and sütlaç emerged as the most popular, while other favored desserts included profiterole, wet cake, and éclairs. This suggests that individuals' dessert preferences are predominantly regional, favoring syrup-based and milk-based options. Additionally, it was found that no dessert preference, aside from kazandibi, displayed significant differences across demographic variables. Another notable finding is that women and individuals in the 18-24 age group significantly differ from other demographic categories concerning dessert addiction. Although male participants showed a dominant preference for baklava compared to females, it was observed that women demonstrated greater willingness toward all other dessert preferences. Consequently, this research conducted on the Mersin sample indicates that the young population, women, and local syrup-based and milk-based desserts are significant factors influencing the intention to consume desserts outside.

Keywords: Eating addiction, dessert addiction, dessert preference.

Mevlevi Mutfak Felsefesinin Yerel Halkın Yemek Kültüründeki Yeri: Konya Örneği

Bilim Uzmanı, Betül ARSLAN

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
arslanbetul501@gmail.com
ORCID: 0000-0002-1778-3297

Doç. Dr. Osman ÇAVUŞ

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
osmancavus@ibu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-9815-4422

Özet

Bu çalışma, Mevlevi mutfak felsefesinin Konya yerel halkının yemek kültürü üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla yürütülmüştür. Yemeğin yalnızca biyolojik bir ihtiyaç olmaktan çıkıp, kültürel ve felsefi anlamlar taşıdığı bir çerçevede Mevlevilik, mutfağı bir eğitim ve nefis terbiyesi alanı olarak görmüştür. Konya'nın merkezi dergâh olması nedeniyle yerel halkın yemek kültüründe bu felsefenin izleri araştırılmıştır. Çalışmada nitel veri toplama yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşmeler kullanılmış ve veriler betimsel analiz ve içerik analizi teknikleri ile değerlendirilmiştir. Katılımcıların cevapları doğrultusunda Mevlevi mutfak felsefesine ait bazı öğelerin Konya halkının yemek kültüründe yer aldığı, ancak bu felsefeye dair farkındalığın düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar ışığında kültürel mirasın yaşatılması ve farkındalığın artırılması amacıyla çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Mevlevilik, Mevlevi mutfağı, yemek felsefesi, Konya.

The Place of Mevlevi Cuisine Philosophy in Local People's Food Culture: A Case of Konya

Abstract

This study aims to reveal the influence of Mevlevi culinary philosophy on the food culture of the local population in Konya. In a framework where food goes beyond a biological need and carries cultural and philosophical meanings, Mevlevism regards the kitchen as a space of education and self-discipline. Since Konya hosts the central Mevlevi dergah, the study focuses on the traces of this philosophy in the city's culinary culture. The research was conducted using qualitative methods, particularly semi-structured interviews, and the data were evaluated through descriptive and content analysis. Findings suggest that while some elements of Mevlevi culinary philosophy are reflected in the local culinary practices, awareness of this philosophy remains low. Based on these results, several suggestions are offered to preserve this cultural heritage and enhance public awareness.

Keywords: Mevleviyeh, Mevlevi cuisine, food philosophy, Konya.

Türkiye’deki Vegan Restoranların İncelenmesi: Tripadvisor ve Google Yorumlar Üzerinden Bir Analiz

Lisansüstü Öğrenci, Berna KOÇ DEMİREL

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
bernakocde@gmail.com
ORCID: 0009-0000-7069-8967

Lisansüstü Öğrenci, Esra DERE

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
esraa.deree2@gmail.com
ORCID: 0009-0008-7111-6840

Lisansüstü Öğrenci, Menguha Gül SUGÖZÜ

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
sgzgul@gmail.com
ORCID: 0009-0007-6527-2735

Doç. Dr. Mehmet Sedat İPAR

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
m.sedatipar@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7718-7913

Özet

Bilişsel, sosyal, sağlık, etik, ekolojik gibi farklı motivasyonlarla vegan/vejetaryen beslenmeyi benimseyen kişilerin sayısı giderek artmaktadır. Bu durum hem yiyecek içecek sektörünü hem de bununla ilgili farklı platformlarda yapılan yorumları ilgilendiren bir konu haline gelmektedir. Vegan restoranlara yapılan çevrimiçi yorumları inceleyen bu çalışmanın amacı, vegan restoranları tercih eden tüketicilerin memnuniyet duyduğu veya duymadığı konuların neler olduğunu belirlemektir. Bu amaçla Türkiye’de Nisan 2025 tarihinde açık tüm vegan restoranların yorumları Tripadvisor ve Google yorumlar üzerinden incelenmiştir. 34 restoran için hem metin geri bildirimlerine hem de yıldız derecelendirmesine sahip 755 adet yorumun analizi yapılmıştır. Çevrimiçi yorumlar; “yiyecek-içecek”, “hizmet kalitesi”, “değer”, “iç mekân/atmosfer” olmak üzere dört kategoride değerlendirilmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılarak yapılan bu araştırmada, içerik analizi tekniği kullanılmış, veri analizi için de istatistik paket programından faydalanılmıştır. Çalışmanın sonucunda işletmelerin yıldız puanlarının dördün üzerinde olduğu yani genel bir memnuniyet içerdiği belirlenmiştir. Yorumlar yabancı ve Türk müşteri olarak incelendiğinde yabancı müşteri yorumlarını %50’nin üzerinde olduğu belirlenmiştir. Bulgular ışığında işletmelere sektörel önerilerde bulunulmuştur. Yorumların genel olarak olumlu olduğu, ancak menü çeşitliliği, personel eğitimi ve fiyat-performans konularındaki geliştirilmeler etkili olacağı saptanmıştır. Müşterilerin yorum yaptığı çevrimiçi platformların işletmelerdeki imaj yönetimi sürecinde işlevsel olacağı söylenebilmektedir.

Anahtar kelimeler: Vegan, vegan beslenme, vegan tüketici, yiyecek içecek işletmeleri, Tripadvisor.

A Review of Vegan Restaurants in Türkiye: An Analysis through Tripadvisor and Google Reviews

Abstract

The number of people adopting a vegan/vegetarian diet is steadily increasing today, driven by various motivations, including cognitive and social, health, ethical, and ecological factors. This has become a relevant issue for both the food and beverage industry and reviews posted on various platforms. The aim of this study, which examines reviews of vegan restaurants, is to determine the satisfaction and dissatisfaction levels of consumers who prefer vegan restaurants. For this purpose, reviews of all vegan restaurants open in Türkiye as of April 2025 were examined via TripAdvisor and Google Reviews. 755 reviews, including both textual feedback and star ratings, were analyzed for 34 restaurants. Online reviews were categorized into four categories: "food and beverage," "service quality," "value," and "interior/atmosphere." This study, conducted using qualitative research methods, employed content analysis, and utilized the statistical package program for data analysis. The study determined that the businesses' star ratings were above four, indicating overall satisfaction. When the comments were examined by both foreign and Turkish customers, it was determined that the percentage of foreign customer comments exceeded 50%. Based on the findings, sectoral recommendations were made to the businesses. While the comments were generally positive, improvements in menu variety, staff training, and price-performance would be effective. Because online platforms where customers leave reviews are highly influential in future customer selection, image management on these platforms would be beneficial.

Keywords: Vegan, vegan nutrition, vegan consumer, food and beverage companies, TripAdvisor.

Bulut Mutfakların Yükselişi ve Geleceği: Genel Bir İnceleme

Öğr. Gör. Haydar ŞAHİN

Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
hsahin@bingol.edu.tr
ORCID: 0000-0002-1698-7693

Öğr. Gör. Tuğba BEYAZKAYA

Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
tbeyazkaya@bingol.edu.tr
ORCID: 0000-0002-4333-7944

Özet

COVID-19 pandemisi, yiyecek içecek sektöründe köklü dönüşümlere yol açmış ve dijitalleşme sürecini hızlandırmıştır. Bu dönüşümün en dikkat çeken çıktılarından biri bulut mutfaklar olmuştur. Fiziksel müşteri ağırlama alanı bulunmayan ve yalnızca çevrimiçi siparişlere yönelik üretim yapan bu model, düşük yatırım maliyetleri ve esnek yapısıyla girişimciler için cazip bir alternatif olarak öne çıkmaktadır. Bulut mutfaklar, dijital sipariş platformları, otomasyon sistemleri, yapay zeka tabanlı yazılımlar ve IoT sistemleri gibi teknolojilerle desteklenerek üretim süreçlerinde verimlilik sağlamakta ve müşteri deneyimini iyileştiren yenilikçi çözümler sunmaktadır. Türkiye’de bulut mutfakların yaygınlaşması, dijitalleşme trendlerinin hız kazanması ve değişen tüketici alışkanlıkları ile birlikte ivme yakalamıştır. Bulut mutfakların, gastronomi sektöründe kalıcı bir dönüşüm yaratma potansiyeline sahip olduğu; bu dönüşümün başarısının ise güçlü dijital altyapı, müşteri odaklı stratejiler ve sürdürülebilirlik ilkelerinin etkin biçimde uygulanmasına bağlı olduğu değerlendirilmektedir. Bu çerçevede, bulut mutfaklar sadece bir iş modeli olarak değil, aynı zamanda gastronomi sektöründeki dijital dönüşümün bir yansıması olarak da değerlendirilmektedir. Bu çalışmada, bulut mutfak modelinin gelişim süreci, yapısal özellikleri, teknolojik gereksinimleri ile sektörel avantaj ve dezavantajları incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bulut mutfaklar, sanal mutfaklar, hayalet mutfaklar.

The Rise and Future of Cloud Kitchens: A General Overview

Abstract

The COVID-19 pandemic has led to fundamental transformations in the food and beverage sector and accelerated the digitalization process. One of the most notable outcomes of this transformation has been cloud kitchens. This model, which has no physical customer service area and only produces for online orders, stands out as an attractive alternative for entrepreneurs with its low investment costs and flexible structure. Cloud kitchens are supported by technologies such as digital ordering platforms, automation systems, AI-based software, and IoT systems, ensuring efficiency in production processes and offering innovative solutions that improve the customer experience. The proliferation of cloud kitchens in Turkey has gained momentum alongside accelerating digitalization trends and changing consumer habits. Cloud kitchens are considered to have the potential to create a lasting transformation in the gastronomy sector; the success of this transformation depends on the effective implementation of a strong digital infrastructure, customer-focused strategies, and sustainability principles. In this

context, cloud kitchens are considered not only as a business model but also as a reflection of the digital transformation in the gastronomy sector. This study examines the development process, structural characteristics, technological requirements, and sectoral advantages and disadvantages of the cloud kitchen model.

Keywords: Cloud kitchens, virtual kitchens, ghost kitchens.

Yemek Kültürü, Göç ve Türk-Yunan İlişkileri: “Bir Tutam Baharat” Filminin Göstergebilimsel Analizi

Dr. Öğr. Üyesi Tuba ALDEMİR

İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
tubaaldemir@yahoo.com
ORCID: 0000-0001-7719-3640

Öğr. Gör. Berre Zeynep UÇAN KAYAALP

İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bölümü
berrezeynepucankayaalp@gmail.com
ORCID: 0000-0003-1180-3100

Öğr. Gör. Aysu Azra KARAKURT

İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
aysuazrakarakurt@gmail.com
ORCID: 0000-0008-5127-9626

Özet

Sinemada yemek, görsel bir unsur olmanın ötesinde güçlü bir anlatı aracı olarak kullanılmaktadır. Özellikle göç temalı filmlerde gastronomik unsurların kimlik, kültürel hafıza ve aidiyet temalarının anlatımında önemli bir rol üstlendiği görülmektedir. Bu çalışmada, gastrosinemanın dikkat çekici örneklerinden biri olan Tassos Boulmetis’in yönettiği Bir Tutam Baharat (Politiki Kouzina) filmi ele alınmış; yemek kültürü ile göç olgusunun sinemada nasıl temsil edildiği göstergebilimsel yöntemle incelenmiştir. Barthes’in gösterge, gösteren ve gösterilen kavramlarına dayalı yaklaşımı benimsenmiş, seçilen film sahneleri bu çerçevede çözümlenmiştir. Analiz bulguları tablolar halinde sunulmuş, elde edilen sonuçlar söylem analiziyle desteklenmiştir. Filmde yer alan yemek tarifleri, baharatlar ve gastronomik imgeler; göç ve yemek kültürü arasında kurulan bağı temsil eden göstergeler olarak değerlendirilmiş; kültürel hafıza, kimlik ve aidiyet kavramlarıyla ilişkilendirilmiştir. Fanis karakteri üzerinden geçmişe duyulan özlem, göçün etkileri ve yemek kültürünün aidiyet yaratmadaki rolü analiz edilmiştir. Filmde sıklıkla yer verilen baharatlar, hem duygusal hem de politik bir söylem üretme aracı olarak değerlendirilmiştir. Sonuç olarak Bir Tutam Baharat filminde gösterilen yemek sahnelerinin görsel anlatılar olmanın ötesinde göçün etkilerini, yarattığı kimlik sorunlarını, kültürel hafızanın korunma çabasını ve aidiyet duygusunu metaforlar yoluyla aktardığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastrosinema, göstergebilim, kültürel hafıza, göç, mutfak kültürü.

Food Culture, Migration, and Turkish-Greek Relations: A Semi-otic Analysis of the Film ‘A Pinch of Spice’

Abstract

Food in cinema is used as a powerful narrative tool, extending beyond its visual element. Gastronomic elements play a significant role in conveying themes of identity, cultural memory, and belonging, especially in films with a migration theme. This study examines the film A Pinch of Spice (Politiki Kouzina), directed by Tassos Boulmetis, which is one of the most notable

examples of gastrocinema, and analyzes how food culture and the phenomenon of migration are represented in cinema using a semiotic approach. Barthes' approach based on the concepts of signifier, signified, and signifier is adopted, and the selected film scenes are analyzed within this framework. The findings of the analysis are presented in tables, and the results obtained are supported by discourse analysis. The recipes, spices, and gastronomic images in the film are evaluated as signs that represent the connection between migration and food culture, and are related to the concepts of cultural memory, identity, and belonging. Through the character of Fanis, the longing for the past, the effects of migration, and the role of food culture in creating belonging are analyzed. The spices frequently featured in the film have been evaluated as a means of producing both emotional and political discourse. In conclusion, it has been determined that the food scenes shown in the film *A Pinch of Spice* convey, through metaphors, the effects of migration, the identity issues it creates, the efforts to preserve cultural memory, and the sense of belonging, beyond being visual narratives.

Keywords: Gastrocinema, semiotics, cultural memory, migration, culinary culture.

Gastronomide Yapay Zekâ Destekli Ürün Geliştirme Örneği: Glutensiz Kraker

Lisansüstü Öğrenci, Beyda OKUR

Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları A.B.D.
okurbeyda@gmail.com
ORCID: 0009-0003-7619-2387

Doç. Dr. Sema EKİNCEK

Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
semaekincek@anadolu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9186-9323

Özet

Teknolojik ilerlemeler birçok alanda olduğu gibi gastronomi alanında da önemli dönüşümler yaratmaktadır. Dijitalleşmeyle birlikte mutfak yönetimi, yemek üretimi ve hizmet süreçlerinde yenilikçi uygulamalar yaygınlaşmaktadır. Bu dönüşümün önemli bileşenlerinden biri olan yapay zeka, gastronomide yaratıcı çözümler sunma potansiyeline sahiptir. Bu çalışmada, yapay zeka araçlarından biri olan ChatGPT'nin ürün geliştirme sürecine katkısı, glutensiz bir kraker örneği üzerinden incelenmiştir. Buna ek olarak çalışmada ürün geliştirme çalışmalarında yapay zekanın nasıl kullanılabileceği, yapay zekanın bu alanda gastronomiye nasıl faydalar sağlayabileceği değerlendirilmiştir. Beslenmesinde sınırlılıklar olan bireyler için de kolaylaştırıcı olabileceğini göstermek adına, çalışmanın içeriğini glutensiz kraker geliştirmek örneği oluşturmaktadır. Bu doğrultuda, nitel olarak tasarlanmış çalışmada yapay zeka uygulamalarından ChatGPT ile yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilerek yapay zekanın ürün geliştirme, reçete oluşturma ve talimat verme gibi konulardaki becerileri incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda yapay zekadan ürün geliştirme çalışmalarında faydalanılabileceği ve bu alanda kullanılmasının gastronomiye farklı bir boyut kazandıracağı tespit edilmiştir. Beslenmesinde sınırlılıklar olan bireylerin yapay zekadan faydalanarak beslenmesini çeşitlendirebileceği ve istediği komutları doğru bir şekilde ileterek yapay zekadan destek alabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla çalışmanın ürün geliştirme çalışmalarına ve gıda üretimine yenilikçi bir katkı sunarak literatüre ışık tutması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, ürün geliştirme, yapay zekâ.

Example of AI-Supported Product Development in Gastronomy: Gluten-Free Cracker

Abstract

Technological advancements, as in many fields, are creating significant transformations in the field of gastronomy. With digitalization, innovative applications are becoming widespread in kitchen management, food production, and service processes. One of the key components of this transformation is artificial intelligence, which has the potential to offer creative solutions in gastronomy. This study examines the contribution of one of the artificial intelligence tools, ChatGPT, to the product development process through the example of gluten-free crackers. Additionally, the study evaluates how artificial intelligence can be used in product development efforts and how it can provide benefits to gastronomy in this field. In order to demonstrate its potential as a facilitator for individuals with dietary restrictions, the study focuses on the example of developing gluten-free crackers. In this regard, the study is designed qualitatively,

and a semi-structured interview with ChatGPT, an AI application, was conducted to examine the AI's abilities in product development, recipe creation, and providing instructions. The findings of the study suggest that artificial intelligence can be beneficial in product development efforts and that its use in this field will add a new dimension to gastronomy. It was concluded that individuals with dietary restrictions, as well as those seeking assistance in cooking, experimenting with new products, or preparing meals based on available ingredients, can easily diversify their nutrition by utilizing AI and communicate their commands accurately to receive support. Therefore, this study aims to make an innovative contribution to product development and food production, shedding light on the existing literature.

Keywords: Gastronomy, product development, artificial intelligence.

Gıda Atıklarının Fonksiyonel Gıdaya Dönüştürülmesi: Üzüm Posası Kapsülleriyle Zenginleştirilmiş Kurabiyelerin Biyoaktivite ve Duyusal Özelliklerinin İncelenmesi

Öğr. Gör. Dr. Yasemin İNCEĞÜL

Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt Meslek Yüksekokulu, Gıda İşleme Bölümü
yaseminincegul@aksaray.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5885-2423

Dr. Öğr. Üyesi Serap BERKTAş

Gümüşhane Üniversitesi, şiran Mustafa Beyaz Meslek Yüksekokulu, Gıda İşleme Bölümü
sberktas@gumushane.edu.tr
ORCID: 0000-0002-5195-0685

Prof. Dr. Mustafa ÇAM

Erciyes Üniversitesi, Mühendislik Fakóltesi, Gıda Mühendisliği Bölümü
mcam@erciyes.edu.tr
ORCID: 0000-0003-1258-0834

Özet

Hem sağlık odaklı ürün geliştirmeyi hem de gıda israfını azaltmayı hedefleyen sürdürülebilir çözümler, gastronomi alanında giderek daha önemli hale gelmektedir. Bu çalışma, şarap ve meyve suyu endüstrisinin değerli bir yan ürünü olan üzüm posasını fonksiyonel kurabiye üretiminde değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Üzüm posasından elde edilen polifenoller, sükroz ve buğday nişastası duvar malzemeleri kullanılarak mikrokapsüllenmiş ve bu kapsüller kullanılarak dört farklı kurabiye formölasyonu geliştirilmiştir. %100 sükroz kapsülü içeren kurabiyeler, %100 nişasta kapsülü içeren kurabiyeler, sükroz ve nişastanın 50:50 karışımını içeren kurabiyeler ve kapsül içermeyen kontrol grubu kurabiyeler üretilmiştir. Kurabiyeler fiziksel, kimyasal ve biyoaktif özellikler açısından değerlendirilmiştir. Üzüm posası kapsüllerinin eklenmesi, ürünlerin ağırlılığında veya boyutlarında önemli bir değişikliğe neden olmamıştır; ancak, renklerinde daha koyu, kırmızımsı tonlar ile görsel olarak daha çekici bir görünüm sağlamıştır. En çarpıcı fark, biyoaktif özelliklerde gözlemlenmiştir. Özellikle karışım kapsülü içeren formölasyonda, toplam fenolik içerik ve antioksidan kapasitede önemli artışlar görölmüştür. Toplam fenolik madde miktarı kontrol grubunda 23,07 mg GAE/100 g'dan karışım grubu kurabiyelerde 36,03 mg GAE/100 g'a yükselmiştir. Bu çalışma, üzüm posası gibi atık olarak değerlendirilen gıda bileşenlerinin gastronomik ürünlerde hem sağlık hem de lezzet değeri yaratabileceğini ve aynı zamanda sürdürülebilir mutfak uygulamalarına yenilikçi bir örnek teşkil edebileceğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Üzüm posası, fonksiyonel gıdalar, mikrokapsölasyon, sürdürülebilir mutfak, duyusal analiz.

Conversion of Food Waste into Functional Food: Investigation of Bioactivity and Sensory Properties of Cookies Enriched with Grape Pomace Capsules

Abstract

Sustainable solutions aimed at both health-focused product development and reducing food waste are becoming increasingly important in the gastronomy field. This study aimed to evaluate grape pomace, a valuable byproduct of the wine and juice industries, in the production of functional cookies. Polyphenols derived from grape pomace were microencapsulated using sucrose and wheat starch wall materials, and four different cookie formulations were developed using these capsules. Cookies containing 100% sucrose capsules, cookies containing 100% starch capsules, cookies containing a 50:50 mixture of sucrose and starch, and a control group of cookies without capsules were produced. The cookies were evaluated for physical, chemical, and bioactive properties. The addition of grape pomace capsules did not result in any significant changes in the weight or dimensions of the products; however, they did result in a more visually appealing appearance with darker, reddish hues in their color. The most striking difference was observed in bioactive properties. Significant increases in total phenolic content and antioxidant capacity were observed, particularly in the formulation containing the mixed capsule. The amount of total phenolic substance increased from 23.07 mg GAE/100 g in the control group to 36.03 mg GAE/100 g in the mixture group cookies. This study demonstrates that food ingredients considered waste, such as grape pomace, can create both health and flavor benefits in culinary products and serve as an innovative example of sustainable culinary practices.

Keywords: Grape pomace, functional foods, microencapsulation, sustainable cuisine, sensory analysis.

Geleneksel Mutfak Anlayışını Yeniden şekillendiren İnovasyonlar Üzerine Bir Araştırma

Dr. Öğr. Üyesi Fatma KOÇ

Sosyal Bilimler MYO, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Siirt Üniversitesi
fatma.koc@siirt.edu.tr
ORCID:0000-0003-2500-8028

Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU

Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
irfan.yazicioglu@hbv.edu.tr
ORCID: 0000-0002-8575-0817

Özet

Girişimcilik, belirsizlikler içinde fırsatları tanımlayarak yenilikçi değerler üretme ve bu süreçte ekonomik, toplumsal ya da kültürel dönüşümler yaratma faaliyetidir. Gastronomi alanındaki girişimcilik, geleneksel mutfak pratiklerini yenilikçi teknikler, sürdürülebilir iş modelleri ve yaratıcı sunumlarla dönüştürerek hem kültürel mirası yeniden yorumlayan hem de ekonomik değer üreten bir girişim alanıdır. Bu çalışma, gastronomi alanında gelişen girişimcilik pratiklerinin geleneksel mutfak anlayışlarını nasıl dönüştürdüğünü kültürel ve toplumsal boyutlarıyla incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın evrenini Siirt Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü, örneklemini ise bu bölümdeki öğrenciler oluşturmaktadır. Veri toplama süreci, sürekli analiz edilen saha notlarından türetilen nitel verilerin içerik analiziyle yapılandırılması sonucunda, hiyerarşik bir kodlama sistemi oluşturulmuş ve bu yapıya uygun görsel temsiller geliştirilmiştir. Katılımcılar, girişimciliği yenilikçi, geleneksel gastronomi pratiklerini dönüştüren, tüketici alışkanlıklarını zorlayan ve kültürel-sosyal etki yaratan çok boyutlu bir değişim süreci olarak değerlendirmektedir. Katılımcılar, geleneksel tariflerin korunması ile modernize edilmesi arasında kesin bir ayrım yapmaktan ziyade, bu iki yaklaşımı bağlam, hedef kitle ve kültürel anlam gibi değişkenlere bağlı olarak birbirini tamamlayan stratejiler olarak değerlendirmektedir. Katılımcıların ifadelerine göre, gastronomide yıkıcı girişimcilik yalnızca yenilik yaratmakla sınırlı kalmayıp; geleneksel unsurların yeniden yorumlanması, kültürel sınırların esnetilmesi ve toplumsal faydanın önceliklendiği çok katmanlı bir dönüşüm süreci olarak hem sektörel yapı hem de tüketici deneyimi üzerinde derin etkiler yaratmaktadır. Bu araştırma, gastronomi girişimciliğinin yalnızca ekonomik bir faaliyet değil, aynı zamanda kültürel mirasın yeniden üretimi, toplumsal kapsayıcılık ve sektörel dönüşüm açısından stratejik bir araç olduğunu ortaya koymakta; bu nedenle gastronomi politikalarının yerel değerlerle uyumlu, yenilikçi ve sosyal etki odaklı biçimde tasarlanması gerektiğine işaret etmektedir.

Anahtar Kelime: Girişimcilik, gastronomi, inovasyon, yenilikçi teknikler

A Study on Innovations That Reshape the Traditional Cuisine Concept

Abstract

Entrepreneurship is the act of identifying opportunities amid uncertainty to create innovative value, while simultaneously generating economic, social, or cultural transformations. In the field of gastronomy, entrepreneurship emerges as a dynamic space where traditional culinary practices are reinterpreted through innovative techniques, sustainable business models, and

creative presentations, thus producing both cultural and economic value. This study aims to explore how emerging entrepreneurial practices in gastronomy are transforming traditional culinary paradigms, with a particular focus on cultural and social dimensions. The research universe consists of the Department of Gastronomy and Culinary Arts at Siirt University, with the sample comprising students enrolled in the program. Data collection was carried out through continuous analysis of field notes, from which qualitative data were derived and organized using inductive content analysis. A hierarchical coding system was developed, and visual representations were created accordingly. Participants conceptualized entrepreneurship as a multifaceted process of change that not only introduces innovation but also disrupts traditional gastronomic practices, challenges consumer habits, and generates cultural and social impact. Rather than viewing the preservation and modernization of traditional recipes as mutually exclusive, participants considered them as complementary strategies shaped by context, target audience, and cultural significance. According to participant responses, disruptive entrepreneurship in gastronomy goes beyond mere novelty; it plays a critical role in reinterpreting tradition, blurring cultural boundaries, and prioritizing social benefit—ultimately exerting deep influence on both industry structures and consumer experiences. This research highlights that gastronomy entrepreneurship should not be viewed solely as an economic activity, but as a strategic tool for cultural reproduction, social inclusion, and sectoral transformation. Accordingly, gastronomy policies should be designed in alignment with local values, emphasizing innovation and social impact.

Keywords: Entrepreneurship, gastronomy, innovation, innovative techniques

Kültürel Aktarım ve Aidiyet Sembolü Olarak Yemek

Dr. Öğr. Üyesi Elif Esma KARAMAN TAŞKESEN LİGİL

Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Artvin Çoruh Üniversitesi
elifesmakaraman@artvin.edu.tr
ORCID:0000-0002-5735-2504

Dr. Öğr. Üyesi Fatma KOÇ

Sosyal Bilimler MYO, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Pr., Siirt Üniversitesi
fatma.koc@siirt.edu.tr
ORCID:0000-0003-2500-8028

Özet

Yemek, bireylerin kimliklerini inşa etmelerinde ve aidiyet duygularını pekiştirmelerinde kültürel hafıza, duygusal bağlar ve toplumsal deneyimler aracılığıyla güçlü bir araç işlevi görmektedir. Bu bağlamda, yemek sadece beslenme aracı değil, aynı zamanda kültürel kimliğin ifadesi, toplumsal hafızanın taşıyıcısı ve aidiyetin sembolü olarak öne çıkmaktadır. Bu çalışma, yemek kültürünün bireylerin ve toplulukların kimliklerini inşa etmedeki rolünü ve kültürel mirasın kuşaklar arasında aktarılmasını anlamayı amaçlamaktadır. Bu çalışmada evren Siirt Üniversitesi Aşçılık Bölümü, örneklem ise bu bölümde eğitim gören 86 öğrencidir. Veri toplama süreci, saha notlarının sürekli ve döngüsel biçimde analiz edilmesiyle elde edilen nitel veriler, tümevarımsal nitel içerik analizi yöntemiyle çözümlen; kodlar ve alt kodlar oluşturularak hiyerarşik bir yapı ortaya çıkarılmıştır. Son olarak, elde edilen kodlama yapısına dayanarak kod-alt kod modeline uygun görsel temsiller geliştirilmiştir. Katılımcıların kültürel aidiyeti belirlemede aile büyüklerinin belirli yemekleri hep aynı şekilde yapması ve yemeklerde kullanılan malzeme ve baharatların kültürel aktarım ve aidiyetin sembolü olduğunu göstermektedir. Katılımcılar sosyal medya platformlarını bir yemeğin millî kimlikle özdeşleştirildiği platform olarak ifade etmiştir. Sosyal medya, kullanıcıların yemek görselleri paylaşması, tarif sunması ve yöresel yemekleri bir aidiyet göstergesi olarak sergilemesiyle bireysel ve kolektif kimliklerin yeniden üretildiği güçlü bir alana dönüşmüştür. Kültürel aidiyet ve kimlik oluşumunda yemeklerin duygusal ve toplumsal bağlamlarının daha detaylı araştırılması, bu alandaki anlayışı derinleştirebilir.

Anahtar kelime: Aidiyet, kimlik, kültür, ulusal mutfak

Food as a Symbol of Cultural Transmission and Belonging

Abstract

Food serves as a powerful tool in the construction of individual identities and the reinforcement of a sense of belonging through cultural memory, emotional bonds, and social experiences. In this context, food is not only a means of nourishment but also an expression of cultural identity, a carrier of collective memory, and a symbol of belonging. This study aims to understand the role of food culture in shaping the identities of individuals and communities, as well as the intergenerational transmission of cultural heritage. The population of the study consists of the Culinary Department at Siirt University, with a sample of 86 students enrolled in this department. Data collection involved the continuous and iterative analysis of field notes, with qualitative data analyzed using an inductive qualitative content analysis method; codes and subcodes were developed to form a hierarchical structure. Finally, visual representations were created based on the code-subcode model derived from the coding framework. Participants indicated that cultural belonging is reinforced by elder family members preparing certain dishes consistently and that the ingredients and spices used in these dishes function as symbols of cultural transmission and belonging. Participants also described social media platforms as spaces where foods are associated with national identity. Social media has become a powerful

arena where individual and collective identities are reproduced through sharing food images, recipes, and displaying regional dishes as markers of belonging. Further research into the emotional and social contexts of food in cultural belonging and identity formation could deepen understanding in this area.

Keywords: Belonging, identity, culture, national cuisine

DETAY YAYINCILIK

Adakale Sokak No: 14/4 Kızılay-Ankara
Tel: 0312. 434 0949 - Faks: 0312 434 3142
web: www.detayyayin.com.tr
e-posta: detayyay@gmail.com

ISBN: 978-625-5754-00-4



9 786255 754004



Sertifika No: 46573

online satış: www.detayyayin.com.tr