



**YEME-İÇME MEKÂNLARINDA
YEMEĞİN AYNILAŞMASI VE
FARKLILAŞMASI**

Doktora Tezi
Mustafa KESİCİ
Eskişehir, 2018

**YEME-İÇME MEKÂNLARINDA
YEMEĞİN AYNILAŞMASI VE FARKLILAŞMASI**

Mustafa KESİCİ

Doktora Tezi

**Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Danışman: Doç. Dr. Çiğdem KARA**

**Eskişehir Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Aralık, 2018**

Bu tez çalışması BAP Komisyonunca kabul edilen 1604E148'no.lu proje kapsamında desteklenmiştir.

ÖZET

YEME-İÇME MEKÂNLARINDA YEMEĞİN AYNILAŞMASI VE FARKLILAŞMASI

Mustafa KESİCİ

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aralık 2018
Danışman: Doç. Dr. Çiğdem KARA

Bu çalışmanın birincil amacı, farklı destinasyonlarda bulunan yeme-içme mekânlarında sunulan yemeklerin aynılaştığı ve farklılaştığı noktaları ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda öncelikli olarak mekânlar ve sunulan yemeklere yönelik kimlik öğeleri soyut ve somut unsurlarıyla ele alınmıştır. Sonraki aşamada mekânlarda sunulan yöresel yemekler ağırlıklı olmak üzere ulusal, küresel ve küyerel yemeklerin işleniş aşamaları karşılıklı ve derinlemesine değerlendirilerek anlamaya çalışılmıştır. Yemeklerin işleniş aşamaları tedarik, depolama ve saklama, hazırlama, tüketim ve artıklardan kurtulma olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda nitel bir anlayış benimsenerek, alan araştırmasına dayalı etnografik bakış hassasiyetiyle emik ve etik yaklaşımlardan faydalanılmıştır. Türkiye’de bulunan yedi farklı destinasyon ve bu destinasyonlarda bulunan 53 yeme-içme mekânı, amaçlı örnekleme yöntemi aracılığıyla önem ölçütleri belirlenerek saptanmıştır. Bu mekânların 35 tanesinde görüşme ve gözlemler, 18 tanesinde ise sadece gözlem yapılmıştır. Ayrıca alan araştırması boyunca kayıt altına alınan fotoğraflar ve yeme-içme mekânlarının dokümanlarından, elde edilen bulguları desteklemek amacıyla faydalanılmıştır.

Araştırmanın sonuçlarına göre destinasyonlar ve yeme-içme mekânları ulusal ve küresel yemeklerin sunumları bağlamında aynılaştırmaktadır. Farklılaşma ise yöresel ve mekânlara özgün yemeklerle sağlanmaktadır. Yemeğin işleniş sürecine bakıldığında ise yeme-içme mekânlarında tedarik, depolama, tüketim ve yemek artıklarının değerlendirme aşamaları yüksek oranda aynılaştırmışken, hazırlama ve pişirme aşaması sunulan yemeklerde özgünleşmenin sağlandığı aşama olarak dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Destinasyon, Yeme İçme Mekânları, Küreselleşme, Yöresel Yemek

ABSTRACT

THE HOMOGENIZATION AND HETEROGENIZATION OF FOOD IN FOOD AND BEVERAGE ESTABLISHMENTS

Mustafa KESİCİ

Department of Tourism Management

Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, December 2018

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Çiğdem KARA

The primary purpose of this study is to reveal homogeneity and heterogeneity points of dishes served at food and beverage establishments in different destinations of Turkey. In line with this purpose, primarily identifying factors of restaurants and dishes served at restaurants were discussed in tangible and intangible elements. In the next phase, in order to understand the production process of local, national and global dishes (predominantly local dishes), of which were served at restaurants have been investigated reciprocally and in-depth. The main stages of preparation process of dishes in restaurants were determined as supply, storage, preparation, consumption and disposal. Within the context, by adapting qualitative methods, emic and ethical approaches from an ethnographic perspective utilized, during the field research. Seven different destinations and 53 restaurants in these destinations were determined with purposeful sampling method by using importance criteria. Interviews and observations were performed in 35 of these places and only observations were made in 18 of them. Furthermore, photographs taken during the field research and the documents obtained from the restaurants management were used to support the findings.

According to the results of the study, while the destinations and restaurants are becoming similar in terms of the presentation of national and global dishes, whereas heterogeneity was achieved by local and unique dishes. When the production process of the dishes was examined, it was found that food and beverage establishments were highly similitude in supply, storage, consumption, and disposal stages. On the other hand, the preparation and cooking stage were found to be the main heterogeneity stage where uniqueness was achieved in the dishes served.

Keywords: Gastronomy, Tourism Destinations, Restaurants, Globalization, Local Food

ÖNSÖZ

Bu çalışma, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm işletmeciliği Anabilim Dalı'nda, sayın Doç. Dr. Çiğdem KARA yönetiminde bir doktora tezi olarak hazırlanmıştır. Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde pek çok kişinin emeği bulunmaktadır. Bunların başında danışmanım ve saygıdeğer hocam Doç. Dr. Çiğdem KARA gelmektedir. Çalışmanın bütün aşamalarında kendisinin sabırlı yaklaşımı ve müşfik tavrı sayesinde bu çalışmayı sonlandırabildim. Danışmanlığın yanında vizyonu, bilgisiyle ve deneyimleriyle benim için bir mentor olmuştur. Bu vesileyle bana gösterdiği engin sabır ve sağladığı çalışma ortamından dolayı kendisine minnettarım. Ayrıca tez izleme komitemde bulunan, çalışmamda fikirleriyle, bilgi birikimi ve tecrübeleriyle araştırma sürecimi yönlendiren, engin sabırla destek veren ve beni her zaman cesaretlendiren fedakâr hocalarım Prof. Dr. M. Muhtar KUTLU'ya ve Prof. Dr. Nazmi KOZAK'a en içten teşekkürlerimi sunarım. Bununla birlikte, tez jürimde yer alan ve çalışmama değerli fikirleriyle destek sunan değerli hocalarım Doç. Dr. Mehmet Han ERGÜVEN'e ve Dr. Öğr. Üyesi Erhan AKARÇAY'a teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Çalışmamı baştan sona okuyarak gözümünden kaçan hatalarımı düzeltmeme yardımcı olan değerli arkadaşım Türk Dili ve Edebiyatı Öğretmeni Şirin KIRAÇ'a teşekkürlerimi sunarım. Buradan tek tek yer veremeyeceğim çalışmaya değerli tecrübeleriyle katkı sunun yeme-içme mekânlarının idarecilerine ve çalışanlarına teşekkür ederim. Doktora eğitimim boyunca nitelikli bir bilim insanı ve eğitimci olma yolunda zengin deneyimler kazanma fırsatı yaratan eşsiz kurum kültürüne sahip Anadolu Üniversite'sinin tüm çalışanlarına şükranlarımı iletirim.

Bu zorlu süreçte özverili ve titiz şekilde görüşme kayıtlarının deşifresine yardımcı olan ve inanılmaz bir sabırla desteklerini esirgemeyen sevgili eşim Asuman'a ne kadar teşekkür etsem azdır. Gelişiyle bana dünyanın en güzel duygularını yaşatan, en çıkmaza girdiğim zamanlarda bana güler yüzü ve yaratıcı oyunları moral veren biricik oğlumuz Mehmet Aden'e teşekkür ederim. Son olarak, bu günlere gelmemi sağlayan ve her daim sınırsız destek veren canım annem Belgin KESİCİ ve babam Mehmet KESİCİ'ye bir kez daha buradan teşekkürlerimi sunarım.

14/12/2018

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.



Mustafa KESİCİ

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
BAŞLIK SAYFASI	i
JURİ VE ENSTİTÜ ONAYI	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLolar DİZİNİ	x
ŞEKİLLER DİZİNİ	xi
GÖRSELLER DİZİNİ	xii
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Problem	2
1.2. Amaç.....	5
1.3. Önem	5
1.4. Sınırlılıklar.....	6
1.5. Tanımlar.....	6
2. İLGİLİ LİTERATÜR.....	8
2.1. Küresel Yemek Kültürü.....	8
2.2. Yöresel Mutfak Kültürü	13
2.3. Küyerel Mutfak Kültürü	15
2.4. Mutfak Hareketleri	17
2.4.1. Yavaş yemek akımı.....	17
2.4.2. Füzyon mutfak.....	18
2.5. Gastronomi Turizmi	19
2.5.1. Yeme-içme mekânları	25
3. YÖNTEM	28
3.1. Araştırma Deseni.....	28
3.2. Görüşme Soru Formunun Hazırlanması	28
3.3. Çalışma Kümesi.....	30
3.4. Alan Araştırması Süreci	32
4. BULGULAR.....	36

4.1. Demografik Bulgular	36
4.2. Yeme İçme Mekânlarının Kimlikleri	37
4.2.1. Yeme-içme mekânlarının şekilsel farklılıkları.....	43
4.2.2. Yeme-içme mekânlarının kuruluş yeri ve mimarisi.....	45
4.2.3. Yeme-içme mekânlarının müşterileri	48
4.2.4. Yeme-içme mekânlarının övünç kaynakları	49
4.2.5. Yeme-içme mekânlarının menüleri	52
4.2.5.1. <i>Menülerin sunuluş şekli</i>	53
4.2.5.2. <i>Menülerin içeriği</i>	56
4.2.5.3. <i>Yemeklerin isimlendirilmesi</i>	62
4.2.5.4. <i>Menülerde yöresel yemekler</i>	65
4.3. Tedarik Tercihleri.....	67
4.4. Depolama ve Saklama Teknikleri.....	72
4.5. Hazırlama (Pişirme).....	76
4.5.1. Ön hazırlık	77
4.5.1.1. <i>Mutfak hazırlıkları</i>	78
4.5.1.2. <i>Salon hazırlıkları</i>	80
4.5.1.3. <i>İkramlar</i>	82
4.5.2. İşleniş ve pişirme	86
4.5.2.1. <i>Hazırlamaya yönelik tanımlama terimleri</i>	87
4.5.2.2. <i>Yemek içerikleri</i>	88
4.5.2.3. <i>Hazırlanış tarzı</i>	92
4.5.2.4. <i>Pişirme yöntemleri</i>	93
4.5.2.4.1. <i>Pişirme araçları</i>	93
4.5.2.4.2. <i>Pişirme ve hazırlama zamanlaması</i>	95
4.6. Tüketim	97
4.6.1. Yemeklerin sunumu	98
4.6.2. Yenme şekli	100
4.7. Yemek artıklarının değerlendirilmesi	102
5. DEĞERLENDİRME	105
5.1. Antakya	106
5.2. Gaziantep	110
5.3. İzmir	116
5.4. Kırklareli.....	121

5.5. Konya.....	125
5.6. Nevşehir.....	130
5.7. Trabzon	134
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	139
6.1. Sonuç	139
6.2. Öneriler	144
KAYNAKÇA.....	149
EK	
ÖZGEÇMİŞ	



TABLÖLAR DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 3.1. Yiyeceğin temin edilmesi ve dönüştürülmesi	28
Tablo 3.2. Mekânların destinasyonlara göre dağılımı.....	32
Tablo 3.3. Alan araştırmasında kılavuz kişilerden tarifi alınan yemekler	33
Tablo 4.2. Sabit pişirme araçlarının yemeğe yüklediği anlamlar	95
Tablo 4.3. Taşınabilir pişirme araçlarının yemeğe yüklediği anlamlar	95
Tablo 5.1. Antakya mekânlarına yönelik kimlik ve süreç değerlendirmeleri	106
Tablo 5.2. Gaziantep mekânlarına yönelik kimlik ve süreç değerlendirmeleri	111
Tablo 5.3. İzmir mekânlarına yönelik kimlik ve süreç değerlendirmeleri	117
Tablo 5.4. Kırklareli mekânlarına yönelik kimlik ve süreç değerlendirmeleri	122
Tablo 5.5. Konya mekânlarına yönelik kimlik ve süreç değerlendirmeleri	126
Tablo 5.6. Nevşehir mekânlarına yönelik kimlik ve süreç değerlendirmeleri	130
Tablo 5.7. Trabzon mekânlarına yönelik kimlik ve süreç değerlendirmeleri	135

ŞEKİLLER DİZİNİ

Sayfa

Şekil 2.1. Gastronomi turizmi karşılıkları	21
Şekil 2.2. Küreselleşmenin turizmde beslenme ve gıda tüketiminde etkisi	22
Şekil 2.3. Gastronomi turisti yaşam tarzları	24
Şekil 3.1. Yeme-içme mekânlarına özgün yiyeceğin temin edilmesi ve dönüştürülmesi aşamaları	29



GÖRSELLER DİZİNİ

Sayfa

Görsel 4.1. Antakya Pöç Kasabı: Kara fırın.....	39
Görsel 4.2. Antakya Pöç Kasabı: Duvarlara asılanlar.....	50
Görsel 4.3. Konya Somatçı Fihi Ma Fih: Duvarlara asılanlar.....	51
Görsel 4.4. Trabzon Rüştü'nün Fırını.	44
Görsel 4.5. İzmir Fırın Vourla: Dıştan görünüm.....	45
Görsel 4.6. Kırklareli Gusto Celepoğlu Konağı.....	46
Görsel 4.7. Nevşehir Han Odası.....	47
Görsel 4.8. Kabalka Kırklareli ve Kalkanoğlu Pilavcısı Trabzon.....	47
Görsel 4.9. Gaziantep Metanet Beyran: Salonu tabela menü.....	54
Görsel 4.10. Trabzon Zeki Usta Balık: Soğuk vitrin menü.....	55
Görsel 4.11. Konya Somatçı Fihi Ma Fih: Tanıtım broşürü kapak sayfası.....	58
Görsel 4.12. Konya Konak Konya Mutfağı: Set menü örneği.....	61
Görsel 4.13. Tabela Menü. Türk yemeklerinin İngilizceye tercümesi.....	64
Görsel 4.14. Nevşehir Kadın Kooperatiflerim Restoran: Ön hazırlık.....	79
Görsel 4.15. Gaziantep Bayazhan: Ön hazırlık süreci tamamlanmış masalar	80
Görsel 4.16. Trabzon Rüştü'nün Fırını: Masa üzeri ön hazırlık ve pide.....	81
Görsel 4.17. Konya Konak Restoran: Yer sofrası şeklinde tasarlanmış oda.	81
Görsel 4.18. Gaziantep Halil Usta Kebapçı: Kaşık salatalar.	83
Görsel 4.19. Kırklareli Gusto Celepoğlu Konağı: Yemek öncesi ikramlar.	84
Görsel 4.20. Konya Hacı Şükrü: Fırın kebabı ve ikramlar.	85
Görsel 4.21. Gaziantep Aşina Restoran: Tabak hazırlığı.	85
Görsel 4.22. Trabzon Komaroğlu Akçaabat Köftecisi: Köftelerle beraber pişirilen biber ve domates.	90
Görsel 4.23. Kırklareli Dörtler Köftecisi: Köftelerin yanında ikram edilen sos.....	90
Görsel 4.24. Antakya Konak Restoran: Karışık Meze tabağı.	92
Görsel 4.25. Gaziantep Yesemek: Bakır tencerelerde yöresel yemekler.	94
Görsel 4.26. Gaziantep Aşina Restoran: Yuvalama yemeği için önceden pişirilmiş içerikler	97
Görsel 4.27. Gaziantep İmam Çağdaş: Bakır ayran kepçesi	99
Görsel 4.28. Gaziantep Aşina: Biriktirilen ekmekler.....	103
Görsel 4.29. Nevşehir Han Odası: Mekânın bahçesinde beslenen tavşanlar.	104

Görsel 5.1. Antakya Avlu Restoran: Masa üstü ön hazırlığı.....	109
Görsel 5.2. Gaziantep İmam Çağdaş: Baklava tezgâhı	110
Görsel 5.3. Gaziantep Yesemek: Övüntü yazısı.....	112
Görsel 5.4. Gaziantep Bayazhan: Soğuk vitrin meze menüsü.	114
Görsel 5.5. Gaziantep İmam Çağdaş: Alinazik ocağı.	116
Görsel 5.6. İzmir Kısmet Lokantası: Günlük menü.	119
Görsel 5.7. Kırklareli Gusto Celepoğlu Konağı: Selanik güveci.	125
Görsel 5.8. Konya Somatçı Fihi Ma Fih: Semazen figürü işnemiş tabak.....	126
Görsel 5.9. Konya Hacı Şükrü: Bakır leğende pişirilen fırın kebabı	129
Görsel 5.10. Nevşehir Han Odası Restoran: Turşu ikramı.....	133
Görsel 5.11. Trabzon Rüştü'nün Fırını: Kâğıt üzerinde Trabzon pidesi.....	138

1. GİRİŞ

Yeme-içme mekânları, destinasyonların en önemli bileşenleri arasındadır. Kendi yaşam çevresinin uzağında bulunan turistler için birincil gereksinimlerinden olan beslenme gereksinimini karşılamak yeme-içme mekânlarının yükümlülüğü altındadır. Ancak çoğu turist için yeme-içme sadece beslenme gereksinimlerinin karşılanması sınırlarında yer almamaktadır. Bazı turistler yemek için harcadığı zamanı birçok anlamda fayda sağlanacak zaman olarak ele alabilmektedir. Bunlardan ilki lezzetle ilgili olarak yenilen yemekten haz almaktır. Lezzetli yemek, harcanan zamanın kalitesini artırır ve bireye haz verir. Ayrıca yemek, farklı kültürleri tanımanın ve farklı kültürler hakkında bilgi edinmenin bir yoludur. Bu anlamda turist, yemekler aracılığıyla yerel kültürü tanıma şansı elde eder. Diğer bir konu ise yeme-içme mekânlarının sağladığı ortamda bulunmanın verdiği hazdır. Mekânda bulunmak ve yaşanan deneyimleri başkalarıyla paylaşma isteği tercihleri etkileyebilmektedir. Son olarak farklılıkları deneyimlemek, alışagelmışin dışındaki lezzetleri tanıma isteği (merak) için yeme-içme mekânları kullanılacak bileşenlerden biridir. Bu bağlamda birçok çalışmada yemeğin, turistlerin destinasyon seçiminde oldukça önemli rol oynadığı sonucuna varılmıştır (Cohen ve Avieli, 2004; Hall ve Mitchell; 2001; Hjalager ve Richards, 2002; Long; 2004). Özel ilgi turizmi kapsamında ele alınan gastronomi turizmi; seyahat güdüsünün yeme-içme olduğu turizm türüdür. Bu anlamda gastronomiye yönelik turizm hareketleri için ana ürün yeme-içme mekânları ve yemekler aracılığıyla elde edilen haz ve deneyimdir.

Küreselleşme dar anlamıyla; dünyanın bir yere, bütün insanların da ulusların ötesinde evrensel insan haline dönüşmesi sürecini ifade eder. Küreselleşmenin etkileri her alanda olduğu gibi kültürel anlamda da her geçen gün kendini göstermektedir. Bu bağlamda, küreselleşme yaşantımızda neredeyse tüm hayat pratiklerimizi etkisi altına almaktadır. Küreselleşmenin en belirgin gözlemlendiği alanlardan biri de yemek kültürüdür. Yemek kültürü bağlamında küreselleşmenin etkilerine hemen hemen her destinasyonda bulunan küresel çaplı yeme-içme mekânları örnek olarak verilebilir. Bunun yanında küresel mekânlardan bağımsız olarak gıdanın işlenmesinde kullanılan yöntemler, teknikler ve fiziksel araçlar giderek daha küresel bir hal almaktadır. Ancak turizm olayı bağlamında “özgünlük” turistin hareket güdüsü için önemli değişkenlerden biridir. Benzer şekilde, hem kitlesel turizm hareketleri hem de gastronomi bağlamında turizm hareketleri için özgün yemekler önemli çekicilikler içerebilir. Kişilerin kendi

yaşam çevresinde kolaylıkla ulaşabildikleri şeyler için, başka yerlere hareket etmesi pek olası değildir.

Farklı olanların bu denli öneme sahip olduğu durumda, giderek daha aynılaşmış yemeklerin ve mekânların ortaya çıktığı iddiası bu çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Oluşturulan bu temelin gerekçelerine yönelik olarak bu bölümde; problem, amaç, önem, sınırlılıklar ve tanımlara yer verilmiştir.

1.1. Problem

Beslenme, hayatı devam ettirmenin vazgeçilmezleri arasındadır. Besin sağlama, hazırlama ve tüketme eylemleri tarih öncesi çağlardan beri insanoğlunun yaşamının önemli bir bölümünü kapsamaktadır (Samancı, 2012, s. 27). İlkçağlarda insanlar besin olarak yaklaşık 1500 civarında vahşi bitki türünden faydalanırken, faydalanılan bitki türlerinin sayısı giderek azalmıştır. Günümüzde 200 civarı çeşit bitki bahçelerde yetiştirilmekte, yaklaşık 80 çeşit bitki çiftçiler tarafından pazarlarda satılmakta, 20 çeşit bitki ise geniş çaplı olarak tarla tarımında kullanılmaktadır. Tarımın endüstrileşmesi, yemek kültürünü de etkileyerek yemek kültürünün dünya çapında bir kitlesel ve mono-kültür halini almasına neden olmaktadır (Grefe, 1994, s. 39). Ek olarak, iletişim ve bilgi teknolojilerinin hızla gelişmesi sonucu yaşanan yemek kültürü alışverişi, toplumların tüketim kalıplarının belirlemesi sürecine de etki etmektedir. Yaşanan bu süreç her ne kadar paylaşım gibi gözükse de belirli noktalarda aynılaşmayı doğurmaktadır. Sonuç olarak, herhangi bir bölgeye özgü olan yemek kültürü, sıradanlaşmakta ve kolay ulaşılabilir hale gelmektedir. İnsanlar arzu ettikleri yemeği sadece kendine özgü bölgede değil ayrıca kendi yaşam alanlarının içinde de talep etmeye başlamıştır. Diğer taraftan, yemek, bir toplumun kendisini ve yaşama tarzını ifade şekillerinden biridir. Farklı ulusal mutfakların ortaya çıkma süreci ulus devletlerin oluşumu süreci ile paraleldir (Mennell, 1985, s. 103).

Hall ve Mitchell (2000) orta çağdan günümüze yerel yemek kültüründeki hızlı değişimin üç dönemden geçtiğini belirtmektedirler. 1400'lü yılların sonlarından 1800'lü yıllara kadar olan dönemde uluslararası ticaretin hızlı gelişimi ilk dönem olarak alınırken, 17. yüzyıldan başlayarak 20. yüzyıla kadar olan göç hareketleri ikinci dönemi oluşturmaktadır. İçinde bulunduğumuz üçüncü dönem ise iletişim ve ulaşım teknolojisinin ulaştığı nokta yemeğin aynılaşmasında oldukça önemli rol oynamaktadır. Küreselleşme ile birlikte yeme-içme mekânlarının aynılaşması uluslararası ölçeğe

taşınmıştır. Küreselleşme ve yerelleşme karşılığı, insanların öteki kültürlerin yemekleri ve mutfakları hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamıştır. Bunun sonucu olarak beslenme açısından hem kültürel yakınsama ortaya çıkmış hem de çeşitlilik artmıştır (Shenoy, 2015, s. 24).

Turizm açısından bakıldığında gıda, tarih öncesi çağlardan beri insan hareketliliği ile ilişkilendirilmiştir. Turizm ve gastronomi ilişkisi; yeme-içme kültürünün misafirperverlik, mutfak ve damak zevki üçgenindeki tamamlayıcı ürün olma özelliğine ek olarak, gastronomi turizmi anlayışının ortaya çıkmasına kadar ulaşmıştır (Amira, 2009, s. 23). Tüketim, turizm deneyiminin ayrılmaz bir yönüdür. Neredeyse tüm turistler seyahat ettikleri yerlerde yemek yemektedirler. Yemek, başka kültürleri anlamada önemli bir araçtır. Yemek kişilere duygusal düzeyde “öteki” deneyiminin elde edilmesini sağlar (Long, 1998, s. 195). Benzer şekilde, Molz (2007) gastronomi turistlerinin talep ettiği ürünün kültür olduğunu belirterek kendi kültüründen farklı olan ‘öteki’ne ait olanı tükettiğinin üzerinde durmaktadır. McKrecher vd., (2008) yöresel yemek kültürünü destinasyonların kültürel mirası bağlamında ele alarak yöresel yemekler sunan mekânların özgün çekiciliklerden olduğunu belirtmektedir. Öyle ki, yöresel yemek sunan mekânlarda sadece yöresel yemekler yenilmez aynı zamanda mekânda yaratılan ortam aracılığıyla yöresel müzikler dinlenebilir, yerel gelenekler öğrenilebilir, yöreye özgü mimari, atmosfer ve sanat yaklaşımları deneyimlenebilmektedir (Aslimoski ve Gerasimoski, 2012, s. 359). Yerel yiyeceklerin destinasyon seçimine etkisinin yanında yöresel yiyecek ve içecekler, yerel kültürün turist tarafından algılanmasında önemli bir gereklilik olarak düşünülmektedir (Kim ve Eves, 2012, s. 1458). Turistler, seyahatleri boyunca yerel kültür ve gelenekleri görme eğilimindedirler. Bununla ilişkili olarak da geleneksel yöntemlerle hazırlanmış yemekleri tatmak istemektedirler (Warde, 1997, s. 63-66). Dolayısıyla, yerel yiyecekler özgün ürünler olarak görülmekte ve destinasyonlar için turistik bir cazibe unsuru oluşturmaktadır. Bu bağlamda, turizm alanında yerel yiyecekler önemli bir turistik kaynak olarak değerlendirilmektedir (Wang, 1999, s. 350). Yemek kültürü bağlamında, turizm açısından değerli olanın benzerliklerin olmadığı, ötekilerinden farklılaşan yönlerin olduğu karşımıza çıkmaktadır. Ancak, alışılmışın dışında yiyecek ve içeceklerin turistler açısından sağlık ve hijyen gibi bazı endişeler yarattığı da bilinmektedir (Cohen ve Avieli, 2004, s. 756). Bu ve benzeri endişeler ve alışkanlıklar belirli uluslararası standartları beraberinde getirmekte, sistemsal olarak aynılaşmalara

yol açmaktadır. Küreselleşmenin kültürel boyutu akla geldiğinde yeme-içme açısından aynılaşıma ve farklılaşmanın bir arada yaşam şansı gözlemlenmektedir.

Geniş bakış açısıyla ele alındığında yemek medyası, gittikçe çoğalan küresel ve ulusal zincir yeme-içme mekânları, yemek modası, küresel gıda üretim ve dağıtım sisteminin oluşması, ulaşım sektörünün geldiği hız ve insanların daha hızlı yaşama ayak uydurma zorunlulukları gibi birçok küreselleşme etkisi, yeme-içme mekânlarının kimlik ve süreçlerinin küreselleşmesini dolayısıyla aynılaştırmayı sağlayabilmektedir. Küreselleşmeye ek olarak mekân idarecilerinin sınırlı yaratıcılığı, müşterilerin beklentileri, mekânların ve müşterilerin ekonomik olanakları, endişeleri ve risk almaktan kaçınmaları gibi nedenler de mekânlarda sunulan yemeklerin aynılaştırmaya neden olabilmektedir. Ayrıca turizm özelinde kitle turizmine katılan turistlerin Batı tarzı bir rahatlık beklentisi, sağlık endişeleri, yeni yiyeceklerden kaçınma, yenilik ve yiyecek fobisi gibi kişisel nedelerden kaynaklı bilinen yemekleri tercih etme talepleri, özellikle yoğun kitle turisti alan bölgelere de küreselleşmiş mekânlar ve aynılaştırmış yemeklerin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir.

Turizm literatürüne bakıldığında yöresel yemeklerin ve mutfak kültürünün turistlerin destinasyon seçiminde etkili olduğu (Hall ve Mitchell, 2001; Hjalager ve Richards, 2002; Long, 2004; Quan ve Wang, 2004) ve seyahat sürecine keyif kattığı (Nield vd. 2004; Yüksel ve Yüksel 2002; Fox, 2007) sıklıkla vurgulanmaktadır. Yöresel mutfak kültürünün turistlerin destinasyon seçimine etkisi, yöresel yemek deneyimi, gastronomi turizminin sürdürülebilirlikle olan ilişkisi, bölgelerin gastronomi turizmi potansiyeli, gastronomi turistlerinin tutumları gibi turizm pazarlaması ve kültür çalışmalarının turizm çalışmalarında ön planda olduğu görülmektedir. Diğer taraftan yemek kültürünün yerelleşme ve farklılaşma bağlamında değerli olarak sunulmasına (Kim, vd. 2009; Sims, 2009) karşın, küreselleşmenin ve bireysel taleplerin etkisiyle mutfak pratiklerinde aynılaştırmının giderek daha baskın hale geldiğine birçok çalışmada (Ritzer, 1998; 2003; 2011; Giddens, 1998; Goody, 2013) değinilmektedir. Küreselleşme literatürüne bakıldığında, gıda sisteminin yüksek düzeyde aynılaştığı karşımıza çıkmakla beraber yeme-içme mekânlarında ise genelde mutfak gelenekleri ve stillerinin çoğaldığı belirtilmektedir (Bell ve Valentine 1997; Tomlinson, 1999).

Bu farklı görüşler ve değerlendirmeler ışığında, farklı destinasyonlarda bulunan yeme-içme mekânlarının ve bu mekânlarda sunulan yemeğin aynılaştığı ve farklılaştığı yönleri, yemeği oluşturan tüm süreçleri ele alarak anlamak bu araştırmanın ortaya çıkış

nedeni olan problemini oluşturmaktadır. Araştırmada yanıtı aranacak olan bazı sorular ise şu şekildedir;

Destinasyonlarda sunulan yemekler hangi süreçlerde farklılaşmaktadır?

Destinasyonlarda sunulan yemekler hangi süreçlerde aynılaşmaktadır?

Her destinasyon için yeme-içme mekânlarında sunulan yemeğin aynılaştığı noktalar nelerdir?

Her destinasyon için yeme-içme mekânlarında sunulan yemeğin farklılaştığı noktalar nelerdir?

Benzer yemeklerin farklı destinasyonlarda aynılaştığı noktalar nelerdir?

Benzer yemeklerin farklı destinasyonlarda farklılaştığı noktalar nelerdir?

1.2. Amaç

Bu çalışma disiplinlerarası bir yaklaşımla antropoloji, sosyoloji, turizm gibi alanların literatüründen faydalanılarak yeme-içme mekânlarının kimliğini, yemeğin hazırlanışı ve tüketimini merkeze alan bir yolla gerçekleştirilecektir. Çalışmanın öncül amacı farklı destinasyonlarda yemeğin turistik olarak imgeleşirken hangi süreçlerde ve ne ölçüde aynılaştığını ve farklılaştığını ortaya koymak ve değerlendirmektir. Bu bağlamda, yeme-içme mekânlarında yiyeceğin temin edilmesi ve dönüştürülmesi ile ilgili süreçlerin tümü ayrı ayrı değerlendirilecektir..

Turizm açısından yeme-içme mekânlarının aynılaşmadan uzak durmaları, mümkün olduğu kadar kendine özgü yönleri öne çıkarmaları önemlidir. Aynılaşmanın temeline bakıldığında, küreselleşme sürecinin bir sonucu olarak ortaya çıkmış ve giderek daha fazla tek tipleşmeye yol açtığı görülmektedir. Yeme-içme mekânlarında yiyeceğin temin edilmesi ve dönüştürülmesi ile ilgili tüm süreçlerin ele alan yönüyle bu araştırma özgün bir alan çalışmasıdır. Çalışmanın merkezine yeme-içme mekânları ve bu mekânları idare edenlerin aracılığıyla yemeklerin tarifleri konulmuştur. Konu ile ilgili literatüre bakıldığında çalışmaların küresel ve yerel gıda sistemleri ve yeme-içme açısından insan, ürün, sermaye ve fikir/bilgi hareketliliği ele alındığı görülmektedir.

1.3. Önem

Turizm açısından yeme-içme etkinlikleri temel fiziksel ihtiyaçların yanında, farklı deneyimler yaşama yönüyle dikkat çekmektedir. Zira farklı deneyimler yaşama turizm olayının merkezindedir. Turizm literatüründe farklılaşmanın ve farklı deneyimler

sunmanın önemi üzerinde durulurken küreselleşme literatüründe yeme-içme ürünlerinin giderek daha fazla aynılaştığı iddiası turizm açısından bir çelişki yaratmaktadır. Türkiye’de dışarıda yemek için yıllık olarak harcanan miktar yaklaşık 20 milyar dolardır. Türkiye’ye gelen turistler ise toplam harcamalarının %19’unu yani 6 milyar 523 milyon dolarını yeme-içmeye harcamaktadır. Diğer taraftan dünyada turistlerin %88,2’si ‘Destinasyon seçerken yemek çok önemli’ görüşünü belirtmektedir. Bu istatistikler (TÜRSAB, 2014) yeme-içmenin hem ekonomik büyüklüğünü hem de talep yaratıcı özelliğini belirtmede yardımcı olacak niteliktedir. Ancak yukarıda belirttiğimiz gibi farklı lezzet deneyimleri yaşatmak, adına aynılaşmadan kaçınmak, talep yaratan unsurlardandır.

Tüketici açısından dışarıda yemek yeme sürecinde deneyimin yaşandığı mekânlar yeme-içme mekânlarıdır. Yeme-içme mekânlarında yemeğin dönüştürülmesiyle ilgili süreçlerin tümünün ele alınarak aynılaşmanın ve farklılaşmanın ortaya çıktığı noktaların belirlenmesi ve bu noktalara yönelik olarak önerilerin ele alınması uygulayıcılara faydalı bir kaynak ortaya çıkaracaktır. Diğer taraftan yeme-içme açısından mevcut potansiyelini ortaya çıkarmada zorlanacak destinasyon paydaşlarına yardımcı olacak bir çalışmadır.

1.4. Sınırlılıklar

Araştırmanın çalışma kümesinin sadece belirli destinasyonlar ve bu destinasyonlardan amaçlı olarak seçilmiş mekânlar üzerinden gerçekleştirilmesi sınırlılıklar içerisindedir. Ayrıca, gıdanın dönüşüm sürecine tek taraflı olarak yemeği pişirenler aracılığıyla değerlendirilip yemeği tüketenlerin görüşlerinin dikkate alınmaması diğer bir sınırlılıktır.

1.5. Tanımlar

Yöresel mutfak: “Bir bölgede üretilen, yöreye özgü yiyecek ve içecekler” (Kim, Eves ve Scarles, 2009, s.424).

Küreselleşme: İktisadi olarak ve kitle iletişim araçlarıyla ulaşım sistemleri sayesinde birbirine bağlanan bir dünya sisteminde, ulusların artan karşılıklı bağımlılığına gönderme yapmaktır (Kottak, 2002, s. 68). Coğrafyanın toplumsal ve kültürel düzenlemelere dayattığı kısıtlamaların azaldığı, insanların bu azalmayı giderek daha çok fark etmeye başladıkları bir toplumsal süreç (Marshall, 1999, s. 449).

Küyerel (Glokal): ‘Küyerel’ terimi ve süreç adı olan ‘küyerelleşme’ küresel ve yerel’in kısaltılıp iç içe geçirilmesiyle elde edilir. Küresel bir bakış açısının yerel koşullara uyarlanması (The Oxford Dictionary of New Words, 1991, s. 34) anlamındadır. Küyerel; uyuşimsal olarak küresel ve yerel ya da çok daha soyut biçimde evrensel ve tikel diye adlandırılan şeylerin eşzamanlılığını ve iç içeliği olarak tanımlanabilir (Robertson, 1999, s. 152).

Yeme-içme Mekânı: İnsanların, yeme-içme ihtiyacını karşılamak için hizmet sunan (Yıldız, 2010) , sosyal, kültürel ve sembolik anlamlar içeren (Bell ve Neill, 2014) işletmelerdir.

Destinasyon (Turistik Mahal): Geleneksel anlamda ülke, şehir, kasaba gibi sınırları belirli coğrafi temelli bölgeler olarak ele alınmaktadır (Hall, 2000). “Turizm çalışmalarında ise turizm işletmeleri ve çekiciliklerden oluşan birleşik bir ürün veya bu ürün ve çekicilikleri bünyesinde bulunduran coğrafi bir bölge olarak tanımlanmaktadır” (Evren ve Kozak, 2012, s. 221).

Yemek Kültürü: Sadece neyin yenildiğini değil, onun neden, nasıl bir süreç sonunda, kimler tarafından hazırlanarak, ne zaman, kimler tarafından ve ne şekilde tüketildiğini ifade eder (Kara, 2013, s. 212).

McDonalddlaşma: Fast-food lokantalarının ilkelerinin Amerikan toplum kesimlerine olduğu kadar dünyanın geri kalanına da gittikçe daha fazla hükmetmeye başladığı bir süreç (Marshall, 1999, s. 482)

Özgün (Otantik): Eskiden beri mevcut olan özelliklerini taşıyan (Türk Dil Kurumu), modern, kitle kültürü karşıtı, kendine özgün (Pratt, 2007, s. 293).

Gastronomi: Yunanca “gastros” (mide) ve “nomos” (yasa, kural) sözcüklerinden oluşur ve sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli yemek düzeni, yeme-içme ve sofranın kurma bilim ve sanatı anlamındadır (Tez, 2012, s. 9)

Gastronomi turizmi: Ötekilerin gıda ürünleri, mutfak kültürü, gıda sistemleri ve tüketim kalıplarının hazırlanmasının, tüketiminin ve sunumunu keşfetmek veya deneyimlemek amacıyla istekli olarak katılımı ifade eder (Long, 2004, s.21).

2. İLGİLİ LİTERATÜR

Literatür bölümünde tez konusuyla ilişki olarak küresel, yerel ve küyerel yemek kültürü, mutfak hareketleri, gıda tüketimi ve gastronomi turizmiyle ilgili kavramsal çerçeve ve literatür ele alınmıştır. Yürütülen literatür çalışmasında karşılaşılan her görüşün karşıt bakış açılarının olduğu ayrıca kendi içinde farklı görüşlerin varlığı gözlemlenmiştir. Küresel yemek kültürü ele alınırken, kültürel küreselleşme bağlamında üç farklı (tek kutuplu, çok kutuplu ve melezleşme) değerlendirme ile kendi içinde eleştirilerin öne çıktığı görülmüştür. Diğer taraftan küresel bir yemek kültürünün oluşumu, karşıt görüş olarak küyerel ve yerel yemek kültürüne yönelik bir literatürün oluşumuna yol açmıştır. Ayrıca küyerelleşme tartışmaları kükârlılık ve küyerelleşmenin hiçleşmesi gibi küyerelleşmeye eleştiri olan kavramları ortaya çıkarmıştır.

Küresel yemek kültüründe Mcdonaldlaşmanın olumsuz etkileri karşıt akım olarak ele alınabilecek, yavaş yemek akımını meydana çıkarmıştır. Diğer taraftan şeflerin füzyon yemek denemeleri, karşıt olarak yöresel yemeklerin dikkat çekmesine yol açmıştır. İlgili literatür bölümünde bu karşıt görüşler değerlendirilmeye çalışılmış, gerçekleştirilen çalışmalarla örneklendirilmiştir.

2.1. Küresel Yemek Kültürü

Küresel yemek kültürü bir kavram olarak tartışılmadan önce kavramın kökenini oluşturan ve literatürde oldukça tartışılan küreselleşme kavramına değinmek gerekir. Küreselleşme kavramı ekonomik, politik, teknolojik, ekolojik ve kültürel bir örüntü olarak farklı farklı ele alınabilir. Kavrama yönelik çeşitli alanlara dağılmış bakış açıları açıklamaları oldukça zorlaştırmaktadır. Bu karmaşıklığın önlenmesi ve sınırların daha belirgin olarak ele alınması adına kavram, kültürel olarak anlamlandırılmaya çalışılacaktır. Kültürel anlamda küreselleşmeye yönelik üç temel yaklaşımdan bahsetmek mümkündür (Hassi ve Stuart, 2012, s.8-15). Bunlardan ilki, küreselleşme ve kültür arasında homojen bir yapının söz konusu olduğunu ve dünyanın giderek daha batı temelli standartlaşmış kültürel yapının etkisine girdiğini savunmaktadır. Homojen yaklaşıma Giddens (1998) ve Ritzer (1998) örnek olarak verilebilir.

Ritzer (2010) McDonaldlaşma teorisinde yerel kültürlerin daha güçlü kültürler hatta küresel kültürler tarafından şekillendirildiğini savunmaktadır. Ritzer (1998, s. 23) McDonaldlaştırmanın sadece hızlı yemek hizmeti veren restoran işletmelerini değil sağlık, seyahat, zevk, eğitim, iş, politika, aile ve toplumu oluşturan tüm değişkenleri

etkisi altına aldığını savunmaktadır. Ritzer hızlı yemek işletmelerinin başarısının nedenini tüm paydaşlara karşı (tüketiciler, çalışanlar, yöneticiler vb.) öngörülebilirlik, hesaplanabilirlik, verimlilik ve denetim olduğunu savunmaktadır. Verimliliği; günlük hayatta ihtiyacın belirmesi ve doyuma ulaşma arasındaki sürenin kısalığı, hesaplanabilirlik; ödenen bedelin süre ve harcanan emek karşısındaki değerinin kolay hesaplanması, öngörülebilirlik; sunulan ürünlerin standartlaşmasıyla tüketicilerin aklına başka alternatiflerin gelmemesi, denetim ise geliştirilen teknolojiler aracılığıyla tüketicilerin örtük biçimde (sınırlı menüler, az seçenekler) denetlenebilmesi olarak açıklanmaktadır (Ritzer, 1998, s.34-36). Ritzer (1998, s.44) Mcdonaldlaştırmanın topluma sızma derecesinin oldukça yüksek olduğunu ve bu sızmanın hızla sürdüğünü savunmaktadır. McDonaldlaştırmanın yukarıda açıklanan güçlü üstünlükleri sunmasına karşın zayıf yönlerinin olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Ritzer (1998, s.40) akılcı sistemlerin kaçınılmaz şekilde akıldışı sonuçlar ürettiğini belirterek hızlı yemek işletmelerinin olumsuz çevresel etkileri, insanlıktan çıkarıcı montaj bandının bir parçasıymış hissine kapılma ve gastronomiye verdiği zararlar gibi değişkenlerin üzerinde durmaktadır. Ritzer (1998, s.291) Mcdonaldlaşmanın kaçınılmaz olduğunu vurgulamaktadır.

Giddens (1998, s. 25-28) küreselleşmeyi zaman ve mekânların dönüşümüyle ilişkilendirmektedir. Giddens zamanın, mekânın saatin kullanımıyla bölgesel özgün kullanımdan uzaklaştığını, sonuç olarak da evrenselleştiği üzerinde durmaktadır. Diğer taraftan, küresel haritaların kullanımı mekân algısını küresel boyutlara taşımaktadır (Giddens, 1998, Akt. İçli, 2001, s. 164).

Turizm destinasyonları ve yeme-içme mekânları hakkında bilgi edinmeyi sağlayan çeşitli rehberlerin ve haritaların kullanımı ile başlayan ve günümüzde internet ve akıllı telefon kullanımındaki hızlı artış ile çeşitli uygulamaların (yelp, zomato, trip advisor, restaurant finder vb.) kullanımı, yeme-içme mekânların da Giddens'in ileri sürdüğü tarzda bir zamansal ve mekânsal evrenselleşmeye örnek olarak verilebilir. Bu tür uygulamalar ile zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın herhangi bir yeme-içme mekânı hakkında bilgiye ve o mekân hakkında farklı kültürden kişilerin yorumlarına ulaşmak oldukça hızlı bir hâl alarak evrenselleşebilmektedir.

İkinci yaklaşım, heterojen bir bakış açısıyla küreselleşmenin kültürler arası bir etkileşim süreci olarak ele alınması gerektiğini savunmaktadır. Huntington (1998), toplumlar arasında en önemli farklılıkların ekonomik, ideolojik veya politik olmadığını

kültürel farklılıkların ağır bastığını iddia ederek, küreselleşmenin toplumlar arasında kültürel kutuplaşmaya yol açtığını belirtir ve küreselleşmenin dünyayı çok kutuplu ve çok medeniyetli bir hale dönüştürdüğünü savunmaktadır. Said (1995) ve Hall (1992) küreselleşmenin sadece Batı kökenli oluşan bir yapının sonucu olarak ele almanın Batı dışında kalan toplumları edilgen ve Batı'ya bağlı olarak değerlendirme yanılığıyla sonuçlanacağını belirtmektedirler. Benzer şekilde, Yenal (1996, s. 218) “bir araştırma alanı olarak yeme-içmenin tarihi ve sosyolojisi” adlı makalesinde tüketim kültürünün toplumda yukardan aşağıya doğru yayıldığını varsaymanın, kültürü seçkinlere mahsus olarak değerlendirme yanılığına yol açacağı eleştirisinde bulunmuş, bu varsayımın alt statü gruplarını taklitçi ve edilgen olarak ele alma yanılığıyla sonuçlanacağını belirtmiştir.

Heterojen bakış açısıyla yeme-içme kültürünün küreselleşme bağlamında sadece Batı kaynaklı olarak küreselleştiği varsayımı reddedilmekte, Batı dışında kalan diğer toplumların da yer alacağı küresel bir alanın uygun olacağı savunulmaktadır. Böylelikle homojen bakış açısının öne sürdüğü Batı temelli tek kutuplu bir küresel mutfak anlayışı heterojen bakış açısında kabul görmemektedir. Bu bağlamda, farklı kutupların yer aldığı küresel mutfak yaklaşımı heterojen bakış açısı mantığıyla daha anlaşılır olabilecektir. Örneğin, Uzak Doğu ve Hint Mutfağı gibi Batı dışında kutuplaşan ve baskın hale gelen mutfaklar küresel kabulü başarmışlardır.

Son yaklaşım ise melezleşmeyi temel alarak küreselleşme ve kültür arasındaki etkileşimi elen alan yerel ötesi bütünleşme ve melezleşme süreci üzerinde durmaktadır. Bu bakış açısına göre kültürel anlamda yerel ve evrensel geçişler iki veya daha fazla etkileşimi içeren özgün bir kültürel karışım meydana getirir (Hassi ve Stuart, 2012, s.12). Yeme-içme bağlamında özellikle son zamanlarda ortaya çıkan füzyon mutfak akımı bu yaklaşıma örnek olabilecektir. Bu akım sadece farklı kültürel öğeleri içeren birkaç melez yemeğin ortaya çıkmasıyla kalmayıp Fransız Mutfağı, Akdeniz Mutfağı gibi bir temel mutfak oluşturarak Tex-Mex mutfağını ortaya çıkarmıştır. Melez yemekleri sağlayan kritik noktanın malzemeler olduğu söylenebilir. Göçmenlerin kendi kültüründeki yemekleri yaşatmaya çalışırken veya yerel halkın da öteki kültürlerin yemeklerini arada sırada tatmak istemeleri yemeği oluşturan malzemelerin bazılarının farklılaşması ya da bulunamamasından dolayı yemeklerin melezleşmesine yol açmaktadır (Nahya, 2012, s. 76-77).

Küreselleşme modern kültürün, kültürel pratikler ise küreselleşmenin merkezindedir (Tomlinson, 2013, s.11). Bu bakış açısıyla değerlendirildiğinde, küreselleşme söyleminin ve yeme-içme örüntülerinin anlamlandırılmasında yemek kültürü pratiklerinin, küreselleşme ve yemek kültürü ilişkilerinin ele alınmasında faydalı olacaktır. Mutfaktaki değişim (yerelden yabancılaşmaya) yabancılardan gelen teknik ve malzemelerin bir sonucudur (Goody, 2013, s.54). Küreselleşme mutfaktaki bu değişimin nedenlerinin tümüne cevap verebilecek kadar iddialı olmayabilir ancak önemli bir açıklama getireceği de göz ardı edilmemelidir. Küreselleşme ile mutfak ilişkisi ele alındığında akla ilk gelen konu, günümüzde uluslararası taşımacılığın geldiği noktadır. Gelineen noktada ham madde, yarı ve tam mamul ürün ve stokların ülkeler arası akışı giderek hızlanmaktadır. Raf ömrü diğer tüketim ürünlerine oranla daha kısa olan ham gıdaların akışı giderek daha hızlı hale gelmiştir. Bununla ilişkili olarak raf ömrünü uzatan katkı maddeleri, konserveleme ve derin dondurma gibi teknikler, gıdanın ülkeler ve kültürler arasında dolaşımını mümkün kılmaktadır. Gıda ürünlerinin coğrafi koşulların daha uygun, iş gücü ve üretim maliyetlerinin daha düşük, üretim ve pazarlama konusunda yeterli uzmanlığa sahip olunan (kısacası rekabet avantajı yüksek olan) bölgelerde üretilip talep gören bölgelere dağılımı kolaylaşmıştır. Diğer taraftan ithal edilen tarım ve hayvancılık teknolojileri ve bununla bağlantılı olarak daha verimli olan hayvan ve bitki türlerinin üretiminin daha tercih edilir olması, ürün çeşitliliğini azaltmıştır. Diğer bir konu ise iş gücü, turist, göçmen, bavul, fotoğraf ve kitap gibi birçok unsurun mekânlar arasında sürekli dolaşımında olmasıdır. Hızlı ulaşım araçları insanlar arasındaki mesafeyi minimuma indirmiştir. Bu hareketliliğin fizikselliğe ek olarak iletişimsel ve virtüel yönü içermesi mutfakın küreselleşmesine açıklama getirmeye yardımcı olabilecektir (Urry, 2007, s.47).

Küresel yemek kültürü ile ilgili güncel ampirik çalışmalara bakıldığında güncel çok sayıda çalışmayla karşılaşmıştır. Çalışmaların önemli bir kısmı küreselleşmenin yeme-içme kültürüne olan etkilerini ele almıştır. Farklı bilim dallarından, farklı bakış açılarıyla gerçekleştirilen bu çalışmaların örnekleri aşağıda listelenmiştir.

Lane (2011), İngiltere ve Almanya’da yer alan Michelin yıldızlı restoranlar örneğine bakarak küreselleşmenin lüks restoranlardaki Fransız mutfak kültürü egemenliğini nasıl etkilediğini ele almıştır. Lane, (2011) değerlendirmesinde sınır ötesi insan hareketliliği, sınır ötesi ürün akışı, sınır ötesi sermaye akışı, pazarın küreselleşmesi ve sınır ötesi mutfak kültürü hareketliliğini ele almıştır (insan, ürün,

sermaye, fikir/bilgi). Sonuç olarak yemek kültürünün küresel bir üçüncü kültür yaratmada birincil örneklerden olduğunu ancak Michelin yıldızlı restoranların küresel standartların tersine, küresel kültüre yenik düşmediklerini belirtmiştir. Michelin yıldızlı restoranların bunun aksine mutfak uygulamaları ve kültürünü çok boyutlu ve karmaşık şekilde ele aldıklarını öne sürmüştür. Küresel, yerel ve Fransız etkisinin şüpheli olduğunu, şeflerin kendi kimliklerinin mutfak uygulamaları üzerinde etkisi üzerinde durmaktadır.

Phillips (2006) yiyecek ve küreselleşme temasına yönelik yaklaşımları ele aldığı kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. İki temel yaklaşımın olduğunu belirten Phillips, ilk yaklaşım gıdanın nasıl küresel kurumlar aracılığıyla yönetilen ticari sistemin bir parçası olduğu temelindedir. İkinci yaklaşım ise insan ve beslenme konusunda yaşanan fikir hareketliğinin sonucu küreselleşme fikrinin nasıl beslendiği ve sonuçlarının ne olduğudur.

Nygård ve Storstad (1998), küresel gıda piyasasının, tüketicilerin gıda ürünlerine duyduğu güveni ne şekilde etkilediği Norveç örneğinde değerlendirmişlerdir. Gıda tüketiminde halen benzerliklerden çok bölgesel ve yerel farklılıkların ağır bastığı sonucuna varmışlardır. Ulusal lezzetlerin, geleneklerin ve yemek kültürünün küresel bir pazar oluşumuna engel teşkil ettiğini belirtmişlerdir. Ayrıca, küresel ticaretin taze gıda ürünlerine yönelik risk yarattığı, yerel ve bölgesel gıda pazarlarının ise taze gıda ürünleri için uygun görüldüğüne değinmişlerdir. Tüketicilerin Norveçli üreticilere yüksek seviyede güven duymasının bu ortamın sağlamasında kilit öneme sahip olduğunu belirtmişlerdir.

Pitte (2002) tarihsel bir yaklaşımla Fransız gastronomisinin küreselleşme ile yüzleşmesini ele almıştır. Sonuç olarak, mutfak sanatının küreselleşmenin bir sonucu olarak ekonomik ve kültürel anlamda iç içe geçtiğini ve bu sürecin devam ettiği sonucuna varmıştır.

Pratt (2007) yerel ve otantik yiyeceklerin değeri üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada, tarımın endüstrileşmesi hakkında ortaya çıkan endişeler üzerinde durarak alternatif dağıtım ağlarının meydana çıktığını belirtmiştir. Bu dağıtım ağlarını değerlendirerek otantik gıdanın sunumu, üretim ve tüketimi bağlayan bir değer olarak otantikliği ele almıştır.

Orkun (2009) iletişim bilimlerinde gerçekleştirdiği doktora tezinde, küreselleşmenin değiştirdiği yemek kültürünü İstanbul Beyoğlu örneğinde incelemiştir.

2002-2009 yılları arasında gerçekleşen değişimi, TimeOut İstanbul yeme-içme rehberinde saptanan mekânlar, bu yıllardaki değişimi oluşturulan yeme-içme mekânları haritalarının karşılaştırılması ve bir sözlü tarih çalışmasıyla ortaya koymaya çalışmıştır. Sonuç olarak Beyoğlu'nda çeşitlilik varmış gibi görünse de, açıkça ayırt edilemeyen, içerik olarak yereli, sunum olarak küreseli kullanan bir yemek kültürüne doğru gidişin olduğunu belirtmiştir. Çokuluslu şirketlerin yerel damak tadına uygun ürünler çıkarmasının yanı sıra, yerel şirketlerin de standartlaştırdıkları gerek küresel gerekse yerel ürünlerin sunumunda küreseli kullandığına dikkat çekerek Beyoğlu'nda, küresel olanın yerelleştiğinin üzerinde durmaktadır.

Goto, vd. (2014) gerçekleştirdikleri çalışmada Japon ailelerin çocuklarının beslenmesinde küresel ve yerel mutfak kültürüne bakış açılarını değerlendirmişlerdir. Sonuç olarak ailelerin yerel, mevsimsel ve geleneksel yiyeceklerin çocukları için faydalı olduğu, katkı maddeleri içeren ve ithal yiyeceklerin uygun olmadığı görüşünde olduklarını belirtmişlerdir.

Akarçay (2016) “Beslencenin sosyolojisi: Orta sınıf(lar)ın yeme-içme ve eğlence örüntüleri” adlı kitabında Eskişehir’de orta sınıfın gıda tüketimini, yeme-içme pratikleri, dışarıda yeme alışkanlıklarını ve yeme-içme mekânları ile kurdukları ilişkileri sosyolojik anlamlandırma amacıyla ele almıştır. Akarçay çalışmasında gıda ve tüketim toplumu tartışmaları, yemeğin küreselleşmesi ve gıda tüketimine yönelik sosyolojik ve antropolojik kuramsal yaklaşımlar çerçevesinde Eskişehir orta sınıfının gıda tüketimini nitel bir yaklaşımla değerlendirmiştir.

2.2. Yöresel Mutfak Kültürü

Antropoloji ve halkbilim alanındaki yabancı kaynaklarda “local” kelimesi, hem atasal topraklara, hem de bu topraklarda yaşayan yerlilerin kültürel üretimlerine gönderme yapacak şekilde kullanılmaktadır. Türkçe karşılığı ise “yerel”dir. Bu kaynaklarda ayrıca “regional” kelimesine de rastlanmaktadır. Kelime, “halk”tan çok, coğrafyanın belirlediği fiziki doğaya ve doğanın kültür yaratımındaki belirleyiciliğine gönderme yapacak şekilde kullanılmaktadır. Türkçe karşılığı ise “bölgesel”dir. Bu çalışmada, belli bir halkın, belli bir süredir yaşadığı coğrafyanın da etkisiyle oluşturduğu kültürel bir unsura odaklanıldığından “yerel” kelimesi tercih edilmiştir. Ancak TDK’nın Güncel Türkçe Sözlük’ü “yerel” ve “yöresel” kelimelerini, anlamsal bir ayrım olmadan her birini bir diğeriyle tanımlamaktadır. Bu nedenle iki kelimenin

halk kültürü araştırmalarındaki kullanım “geleneği”ne bakılmış ve “yöreselin” daha sık tercih edildiği fark edilmiştir. Çalışmada da “local” kelimesinin karşılığı olarak, yazım geleneğine uygun biçimde “yöresel” tercih edilmiştir.

Yöresel kelime anlamıyla “*belli bir yöreye özgü*” olarak tanımlanır (Türk Dil Kurumu, 2016). Yöresel ürün denildiğinde genellikle iki farklı çağrışım söz konusu olmaktadır. Bunlardan ilki, belli bir yöreye özgü olan ve o bölgede üretilerek başka bölgelere yönlendirilmiş yöresellik niteliği özel olarak vurgulanan ürünlerdir (özgü olduğu bölgede üretilmeyip sadece mahreç işaretini alan ürünlere de yöresel etiketiyle karşılaşmak mümkündür). Genel ifadeyle yöresel ürünler kitle üretimine karşı oluşan sağlık, çevre, yerel üreticileri destekleme vb. duyarlılıklar sonucu oluşan alternatif yerel ürünleri ifade eder. İkincisi ise yine belli bir yöreye özgü olan ancak üretildiği bölgede tüketilen ürünlerdir. Yöresel mutfak kültürü değerlendirilirken çalışmanın amacına uygun olarak yukarıda bahsedilen ikinci yaklaşımın üzerinde durulacaktır.

Gıda, sadece hayatın idamesi ve beslenme ile ilgili değildir. Oldukça yoğun sosyal, kültürel ve sembolik anlamlar içermektedir (Bell ve Neill, 2014, s. 50). Yöresel mutfak bu anlamlandırmalardan izler taşımaktadırlar. Örneğin bir yöre halkı için yöresel yemekleri övünç kaynağıdır, kendini ötekilerden ayırt eden anlamlar içerir. Ötekiler için ise o kültürü tanımanın yollarından biri, kültürel sınırlarını aşmanın bir yoludur (Van Den Berghe, 1984, s.396). Yöresel yemeklerin turizm adına bir araç olarak kullanıldığı anlam bu noktada karşımıza çıkmaktadır. Yöresel yemekler önemli bir turistik üründür ve turizm ile yemek arasında sıkı bir ilişki söz konusudur (Henderson, 2004; Quan ve Wang, 2004). Yöresel yemeklerin sunulduğu mekânlar turistler tarafından sıklıkla ziyaret edilmektedir. Turistlerin yaşadığı yemek deneyimi; turistlerin tutumlarını, kararlarını ve davranışlarını etkileyerek seyahat algılarının ve memnuniyetin belirlenmesinde rol oynamaktadır (Neild vd., 2000; Remington ve Yüksel, 1998; Hjalager ve Corigliano, 2000). Kim vd. (2009), çalışmasında yöresel yemeklerin turistler tarafından talep edilmesine iten güdülerini ele almıştır. Yazarlar, bu güdülenme nedenlerini; heyecan verici deneyim, rutinden kaçma, sağlıkla ilgili endişeler, bilgi edinme, otantik deneyim, birliktelik, itibar, duygusal çekicilik ve fiziksel görünüm olarak belirlemişlerdir. Yöre halkı bakımından ise kendilerini ziyarete gelen misafirlerine yöresel yemekler yapmaya ve/veya yöresel yemek pişirilen mekânlara götürmeye çalışırlar. Yöresel yemeklerin pişirildiği mekânlar, yöre ziyaretlerinde gezilecek görülecek yerler listesinde yer alır. Turistler çoğu zaman herhangi bir yeri

ziyaret ettiğinde o yere ait yemekleri tatmadan geri dönmek istememektedirler. Örneğin Hatay'a gidip tepsi kebabı yemeden dönmek, o gezintide bir şeylerin eksik kaldığı hissiyatı yaratabilir.

Yöresel yemekler tüketiciler tarafından geleneksel ve yöresel oluşuyla ilgili olarak otantiklikle özdeşleştirilebilir (Sims, 2009, s.324). Özgün nitelik, seyahatlerinde farklılıklar arayan turistler için arzu ettikleri arzı ortaya çıkartabilir. Yöresel ürünler, gıda güvenliği ve kitlesel tarımın çevre üzerindeki etkileri gibi endişelerden dolayı sürdürülebilirlikle ilgili olarak merkezi konumdadır. Scarpato (2002), yöresel gıda sistemlerinin çevresel sürdürülebilirlik, sosyal adalet ve adil ticarete katkıda bulunduğunu belirtmiştir. Benzer şekilde yöresel yemeklerin yapımında kullanılan yerel üretim ürünler yerel ekonomiyi desteklemekte ve karbon ayakizini azaltmaya yardımcı olabilmektedir (Sims, 2009, s.322).

Yöresel yemekler konusunda diğer bir değerlendirilmesi gereken konu ise coğrafi işaretlerdir. Coğrafi işaretler belirgin bir veya birden fazla nitelik bakımından menşeinin bulunduğu yer ya da yöreyle özdeşleşmiş ürünleri belirten işaretlerdir. Bu bağlamda fikri mülkiyetler anlamında coğrafi işaretler bölgesel bir markadır (Ravenscroft ve Westering, 2002, s. 159). Coğrafi köken küçük bir yerleşim alanı ya da herhangi bir ülke olabilir. Bir ürünün coğrafi işaret olarak ele alınmasını sadece yasal alanlarla sınırlı görmek yanıltıcı olabilir. Bir işaretin, coğrafi işaret bağlamında ele alınması, yasal durum veya tüketicilerin algılamasından kaynaklanabilir. Yasalarla korunmazlarsa değişik ticari istismarlarla karşılaşabilmekte, yetkisiz kesimlerce sahte kullanımlarla karşılaşabilmekte, tüketici ve dürüst üreticiler üzerinde yıkıcı etkiler ortaya çıkabilmektedir. Coğrafi işaretlerin markalardan farkı ise markanın aksine coğrafi işaretlerin tek bir ticari şirketin kimliği olmamasıdır. Coğrafi işaret, ürünün belirli bir bölgeye ve genellikle de bu bölgeye atfedilebilecek kalite özelliklerini içermektedir. Bu anlamda coğrafi işaret yöresel özellikler taşımaktadır.

2.3. Küyerel Mutfak Kültürü

Küyerelleşme kavramı, literatürde 1980'li yıllardan itibaren değinilmeye başlanmıştır. Küyerelleşme, insanları ve mekânları şekillendiren, küreselleşme ve yerelleşme arasındaki karmaşık geçişlere eşit oranda dikkat çekmeye çalışan bir yaklaşımdır (Salazar, 2010, s.33). Küreselleşme, yerelleşmeye göre anlamlandırılan bir savdır. Küyerelleşme, küresel değişikliklere karşı oluşan tepkilere karşı Batı temelli

küresel gücün bölgesel ve yerel düzeylere doğru kısmen aktarımını açıklamaya çalışır (Crowley, 1998, s.93). Bu bağlamda, oluşan yeni koşullara uyum önerisi olarak ortaya atılmıştır. Sıkça karşımıza çıkan “*küresel düşün yerel hareket et*” söylemi küyerelleşmeyle ilgilidir. Kısaca sentez bir durumu ifade ederek, “yerel olanın küreselleşmesi” ve “küreselin yerelleşmesi” etkileşimi sonucu ortaya çıkan yeni durum küyerel (glocal) kavramıyla açıklanmaktadır (Robertson, 1999, s. 21).

Küyerel teorisini meydana getiren isim olan Ronald Robertson, kavramı tarımda kullanılan bir tekniğin, birinin kendi koşullarına göre uyarlaması anlamına gelen Japonca bir kelimeden esinlenerek oluşturmuştur. Robertson, (1995, s. 25-27) küyerelleşme anlayışının ihtiyaçlar sonucu ortaya çıktığını savunmaktadır. Robertson, küyerelleşme anlayışının ortaya çıkmasının en önemli nedenini, küreselleşmenin yerellikleri göz ardı ettiği algısı olarak görmektedir. Robertson bunun yanlış bir algı olduğunu yerelliğin mevcut durumda yerel ötesi bir seviyede üretildiğini savunmaktadır.

Ritzer ise (2003, s. 189-200) küyerelleşmeyi baskın Batı’nın elindeki gücü diğer toplumlara bırakmamak ve yeni arayışların önüne geçmek amacıyla kullandığını öne sürmektedir. Ritzer küyerelleşmeye eleştirilerini küreselin yerele zorla kabul ettirilmesi olarak açıkladığı kükârlılık (grobalization) senteziyle yapmaktadır. Yerel ürünlerin seri imalat ile asıl niteliklerinden uzaklaştırılarak üretilmesini hiçleşme olarak ifade etmektedir. Ritzer yöreye özgü yemekleri küyerelliğin birşeyleşmesi, turistik hale bürünmüş yemekleri küyerelliğin hiçleşmesi, gurme yemekleri (haute mutfak) kükârlılığın birşeyleşmesi ve Mcdonalds’ı ise kükârlılığın hiçleşmesi olarak görmektedir.

Küyerelliğin, Batı temelli bir küreselleşmeye yönelik oluşan eleştirilere yine Batı tarafından mevcut gücü elinde tutmaya yönelik oluşturulan bir sentez mi olduğu, yoksa Batı dışındakilerin kısmen Batı modernitesine yönelik söyleyecek sözlerini mi temsil ettiği halen bir netliğe kavuşmamıştır. Ancak, özellikle sosyoloji ve pazarlama gibi alanlarda hem teoride hem de uygulamada dikkat çeken bir sentez olduğu göze çarpmaktadır. Yeme-içme alanında küyerel yaklaşımlara verilecek hem yerel hem de uluslararası örnekler vardır. Mcdonalds menülerinde Arap ülkelerinde McArabia, Fransa’da Macaron, Hindistan’da vejetaryenler için ayrılmış ayrı mutfak vb. birçok uygulama görülebilir. Benzer şekilde Dominos pizzaları hemen hemen her ülkede farklılaşabilmektedir. Ancak bu küresel, hızlı yemek işletmelerindeki örnekler

Robertson'ın yaklaşımında küyerel olarak ele alınabilecekken, Ritzer kükarlılığın hiçliği olarak değerlendirmektedir. Ritzer'in bakış açısına göre yerel anlamda hiçbir özniteliğe sahip değildir. Diğer taraftan turistik olarak metalaşmış yiyecekler Robertson'ın bakış açısıyla yerel nitelikte kabul edilebilirken, Ritzer küyerelliğin hiçleşmesi yani özniteliğini kaybetmiş yerel ürün olarak anlamlandırılabilir. Ritzer'in değerlendirmesiyle özniteliğini kaybetmemiş yerel yemeklerin küyerel olduğu söylenebilir.

2.4. Mutfak Hareketleri

2.4.1. Yavaş yemek akımı

Endüstrileşme ve sınırlar ötesi ticaretin hızlı gelişmesi, şehirlere göçün önemli boyutlara ulaşması sonucunda insanların toprakla teması giderek azalmıştır. Bu sonuç ister istemez insanlığın yaşama pratiklerini oluşturan tüm süreçleri etkilemiştir. Hayatı idame etmede en önemli değişkenlerden biri olan yeme-içme pratikleri en çok etkilenen pratikler arasındadır. Değişen koşullar insanların hızlı yemek fikrini kabul etmelerine neden olmuştur. Küreselleşme, tek tipleşme, değişimin hızına ayak uydurma zorunluluğu, iş hayatında zaman kullanımının giderek daha önemli hâl alması, yoğun iş temposuna ayak uydurabilmek, kadınların iş hayatında aktif rol alması vb. nedenler hızlı yemeklerle beslenme biçimini beraberinde getirmiştir. Ancak pratikte ve söylemde aşırı yenilik furyası 1980'li ve 1990'lı yıllarda gıdaya karşı güvensizlik duygularının oluşmasına neden olmuş ve geleneksel beslenme alışkanlıklarına dönük bir ilginin oluşmasıyla sonuçlanmıştır (Scholliers, 2008, s. 357). Diğer taraftan, giderek gelişen çevreye duyarlılık ve eğitim seviyesi, insanlığın yavaş yemek ile sürdürülebilir gelişim ve yaşam kalitesi arasında sıkı ilişkinin varlığını fark etmesine yol açmıştır.

Yavaş yemek hareketinin başlangıcı olarak kabul edilen ilk adım, İtalyan aktivist, Carlo Petrini öncülüğündeki bir grubun, 1986'da Roma'nın İspanyol Merdivenleri'nde açılan hızlı yemek işletmesi McDonalds'ı protesto etmek için toplanmasıyla başlamıştır (Petrini ve Padovani, 2006, s. 67, 68). Eylemciler, küresel ve hızlı yemeğin öncülerinden olan McDonalds'a karşı, yerelliği, yavaşlığı ve sofradaki sağlıklı iletişimin gerekliliği olarak gördükleri yavaş yemeği desteklemek amacıyla toplanmışlardır. İlerleyen süreçte 1989 yılında ise Carlo Petrini ve arkadaşları İtalya'nın küçük bir kenti olan Barolo'da Yavaş Yemek Birliği'ni kurmuşlardır. Böylelikle hıza karşı yavaşlığı savunan ilk yavaş hareketi yavaş yemek olmuştur. Yavaş yemek manifestosunda,

makineleşme ve ağır sanayinin oluşturduğu hızlı ve ruhsuz dünyanın eleştirisi yapılmaktadır. Bu grup, günümüzün yaşam modellerine karşı yavaş yaşam tarzlarına geri dönmek için insanları teşvik ederek iyi yemek ve keyifli ortamların olduğu bir yaşam felsefesi etrafında toplanmışlardır. Yavaş yemek hareketi; verimlilik, nicelik ve toplu tüketim gibi kısır kavramlara, alışkanlıklar, gelenekler ve yaşam biçimlerinin yok edilmesine ve sonuç olarak çevresel tahribata karşı bir isyanı temsil etmektedir (Petrini, 2007a, s. 138). Günümüzde bu akım kırkı aşkın ülkede binlerce üyeyi kapsamaktadır. Akımın tutucu olarak değil yenilikçi olarak görülmesi gerekir çünkü yerel yemek tariflerine, çeşnilere, ürünlere ve teknikleri ilgiyi canlandıran yönü oldukça ağır basmıştır (Scholliers, 2008, s. 348).

Yavaş Yemek Hareketi, gıda tüketiminde standartlaşmaya karşı çıkarak, biyolojik çeşitliliği savunmayı, lezzet eğitiminin yaygınlaşmasını ve gelişmesini, kusursuz gıda üreticileri ile tüketicilerini bir araya getiren organizasyonlar düzenlemeyi kendine amaç edinmiştir (Yurtseven, 2006, s. 18). Bu bağlamda, dünyanın en büyük yiyecek ve şarap fuarı The Salone del Gusto, peynir fuarı Cheese, sürdürülebilir balıkçılık fuarı Slowfish Yavaş Yemek Hareketi'nin düzenlediği etkinliklerdir. Diğer taraftan, küçük ölçekli gıda ürünlerini keşfetmek, kayıt altına almak ve desteklemek amacıyla Nuh'un ambarı (ark of taste); küçük çaplı üreticilerin ürünleri tanıtmak, ekonomik ve ticari geleceklerini garanti altına almak biyolojik çeşitliliği desteklemek amacıyla kurulan Presidia birimi Yavaş Yemek Hareketi'nin bünyesindedir.

2.4.2. Füzyon mutfak

İnsanlar beslenme konusunda her ne kadar tutucu bir davranış içinde olsalar da, beslenme çağlar boyunca kültürlerarası alışverişin meydana geldiği alanlardan biridir. Ancak füzyon mutfağı bir hareket olarak ele alırken bahsedilen olgunun yeni yemekler hatta yeni mutfaklar oluştururken bilinçli olarak farklı kültürlerin pişirme teknikleri, ürünleri gibi mutfak unsurlarının harmanlanması olmalıdır (Cohen, 2000, s. 47). Füzyon mutfak ürünleri, farklı uluslara ait mutfak kültürlerinin, tekniklerinin ve malzemelerin aynı tabakta birleştirilmesi ile ortaya çıkmakta ve bununla birlikte çok uluslu bir nitelik kazanarak küresel bir boyut kazanmaktadır (Mil, 2009, s.5). Füzyon mutfak yenilik, yaratıcılık ve farklılık bağlamında ele alınmaktadır. Bu bağlamda ortaya çıkan yemek özgün olarak nitelendirilebilir. Ancak, burada önemli olan hangi yemeklerin füzyon olarak değerlendirileceği sorusudur. Bu doğrultuda füzyon mutfak üç farklı şekilde

karşımıza çıkabilir. İlk olarak, birbirine yakın olan bölgelerdeki farklı beslenme kültürlerinin harmanlanması, ikinci eklektik olarak adlandırılan herhangi bir kültürün mutfak özelliklerinin baskın olduğu diğer mutfağın teknik veya malzemelerinin kullanılması ve son olarak herhangi bir baskın mutfağın olmadığı birçok farklı kültüre ait mutfakların sentezlenerek bir arada sunulmasıdır (Erdem, vd. 2012, s.216). Füzyon mutfak uygulamaları sonucunda gelenekselliğin zarar gördüğüne yönelik eleştiriler vardır. Örneğin, Denizer (2008) çalışmasında, füzyon mutfak uygulamalarının Türk mutfağının gelenekselliğini yansıtmadığını, gerçek kimliğinden uzaklaştığını, yeni bir şekle büründüğünü ifade etmektedir. Bu bağlamda, füzyon yemekler, yemeğe ve mutfağa küresel anlamlar katabilmektedir (Sarıoğlu, 2014, s. 64).

Füzyon mutfak hareketinin etkileri ve örnekleri hızlı yemek işletmelerinden özellikli mekânlara her yerde karşımıza çıkabilmektedir. Bazı mekânlar kendilerini füzyon mutfak restoranı olarak tanımlamaktadırlar. Diğer taraftan, kendine özgü lezzetler yaratmaya çalışan şeflerin tercihi bir akım olarak karşımıza çıkmaktadır. Şefler yeni yemekler ortaya çıkarmaya çalışırken birçok farklı değişkeni ele almak zorundadırlar. Kültürel yapı, maliyet, malzemelere ulaşılabilirlik vb. etkenler bir bakıma tamamen farklılaşmış lezzetler yaratmayı ve bu lezzetlere talep oluşturmayı zorlaştırmaktadır. Bu bağlamdan füzyon lezzetler şefler için bu sorunların çözümüne pratik bir yaklaşımdır. Füzyon akımı, hem mevcut kültürel anlamlandırmalardan tamamen uzaklaşmamış (bir bakıma tanıdık) hem de farklılık olgusuna işaret eden lezzetler yaratmada şeflere kolaylık sağlamaktadır.

2.5. Gastronomi Turizmi

Yiyecek temelli turizm hareketi birkaç farklı terimle karşımıza çıkmaktadır. Gastronomi turizmi (*gastronomic tourism*) terimi ilk olarak 1985'te kültürel coğrafya araştırmacısı Wilbur Zelinsky tarafından kullanılmıştır (Long, 2013, s.1). Sonraki aşamada, mutfak turizmi (*culinary tourism*) kavramı ise halkbilim araştırmacısı Long (1998) tarafından ortaya atılmıştır. Hall ve Sharples (2003), literatürde birçok farklı terimle karşımıza çıkan yiyecek temelli turizm hareketine yönelik kavramlar arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları gerçekleştirdikleri çalışmayla değerlendirmişlerdir. Kullanılan terimlere, yemek amacıyla seyahate olan ilgiyi temel alarak farklı düzeyler tanımlamaya çalışmışlardır. Yazarların yüksek ilgi düzeyi olarak tanımladıkları ilk düzey gastronomi ve gurme turizmi olarak ikiye ayrılmakta, orta seviye ilgi düzeyi

olarak değerlendirdikleri ikincil düzeyde ise mutfak turizmi yer almaktadır. Ancak literatürde terimlere yönelik düzeysel bir ayrımın yapıldığı pek söylenemez.

Literatüre bakıldığında yabancı kaynaklarda “culinary tourism” veya “food tourism” kavramlarının daha yaygın kullanıldığı ve daha kapsayıcı anlama sahip olduğu görölmektedir. Kültür merkezli araştırmalarda “culinary tourism” (Long, 1996; Long, 1998; Wolf, 2006; Molz, 2007; Harrington ve Ottenbacher, 2010) kavramının sıklıkla tercih edildiğı söylenebilir. Türkçe kaynaklarda ise “culinary” sözcüğünün Türkçe karşılığı olarak ele alınan mutfak kelimesinin tam anlamıyla “culinary” sözcüğünü yansıtmadığı için gastronomi turizmi kavramı daha çok benimsenmiş ve kullanılmaktadır. Bu bağlamda çalışma boyunca gastronomi turizmi kavramı “culinary tourism” kavramı anlamında kullanılacaktır.

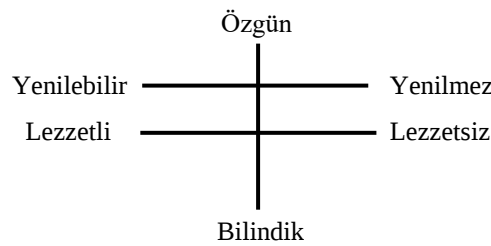
Turizm araştırmacıları, güncel çalışmalarda turistik deneyimin Urry’nin (1990) turizmi görsel olarak ele aldığı ‘Turist Bakışı’ çalışmasının ötesinde deneyimlere sahip olduğunu dikkate almışlardır. Bakışın dışında tatma, dokunma, ses ve koku almanın turistik deneyimde oldukça önemli bir rol oynadığı söylenebilir (Sims, 2009, s. 321). Belirli bir yemeğı tatmak, bir yemeğın yapımını yapıldığı yerde deneyimlemek, yemeğe yönelik etkinlik bölgelerini ziyaret etmek isteyen turistlerin varlığı, turizm ile yiyecekler arasında bir ilişkinin olduğunu göstermektedir (Hall vd., 2003, s. 60). Ötekilerin yemekleri aracılığıyla yaşanan deneyim ise insanların tüm duyu organlarına hitap etmektedir (Kivela ve Crotts, 2006, s.360).

Turizm ile gastronomi ilişkisi çok yönlü olarak ele alınabilir. İlk olarak gastronomi, diğer turizm hareketlerinin tamamlayıcısıdır. Seyahat amacı ne olursa olsun öncelikli ihtiyaçlardan biri yeme-içmedir. Bu bağlamda gastronomi destinasyon imajıyla bağlantılıdır. İkinci olarak, gastronomi ikincil amacı oluşturabilmektedir. Ana seyahat nedeninin yanında gastronomi etkinliklerini (gastronomi festivallerine katılım, özellikle belirli bir yeme-içme mekânını ziyaret, yöresel pazar gezintileri) tercih etme şeklinde katılımlar olabilir. Ancak, turizm hareketinin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi için seyahatin birincil amacının yemek olması gerekmektedir. Bu bağlamda gastronomi turizmi bir özel ilgi turizmidir. Gastronomi turizminin seyahat güdüsü, belirli bir yöreye özgü, özel niteliklere sahip veya bir aşçının pişirdiğı yemeğı tatmak için olabilir (Hall ve Sharples, 2003, s. 10).

Gastronomi turizmi, anlamsal olarak tarım (üretim), kültür ve turizm bileşenlerini içermektedir (Hjalager ve Corigliano, 2000, s. 282). Bu anlamlandırmalardan tarım

ürünleri, kültür özgünlüğü ve tarihi, turizm ise hizmetleri ve altyapı donanımını ifade etmektedir. Bu bağlamda, yemek başka kültürleri anlamada önemli bir araçtır ve kişilerin duygusal düzeyde “öteki” deneyimini elde etmesini sağlar (Long, 1998, s. 195). Turistler, seyahatleri boyunca yerel kültür ve gelenekleri görme eğilimindedirler. Bununla ilişkili olarak da, geleneksel yöntemlerle hazırlanmış yemekleri tatmak istemektedirler (Warde, 1997, s. 63-66). Yöresel yiyecekler özgün ürünler olarak görülmekte ve destinasyonlar için turistik bir cazibe unsuru oluşturmaktadır. Bu bağlamda, yerel yiyecekler, turizm etkinlikleri için önemli bir turistik kaynak olarak değerlendirilmektedir (Kim, Lee ve Yoon, 2012, s. 378, Wang, 1999, s. 350). Yerel yiyeceklerin destinasyon tercihinde olumlu etkisinin yanında yöresel yemekler yerel kültürün turist tarafından algılanmasında önemli bir değişken olarak ele alınmaktadır (Kim ve Eves, 2012, s. 1458). Long (2004) gastronomi turizmini öteki insanların yemek tercihlerinde hazırlama, tüketim ve sunumu içeren ancak sadece bunlarla sınırlı olmayan etkinlikleri deneyimlemek ve katılmak olarak tanımlamıştır. Bu doğrultuda, gastronomi turizmi sadece yemeğin son halinin deneyimlenmesiyle ilgili olmayıp, gıdanın işlenmesiyle ilgili oldukça geniş bir kapsamı söz konusudur.

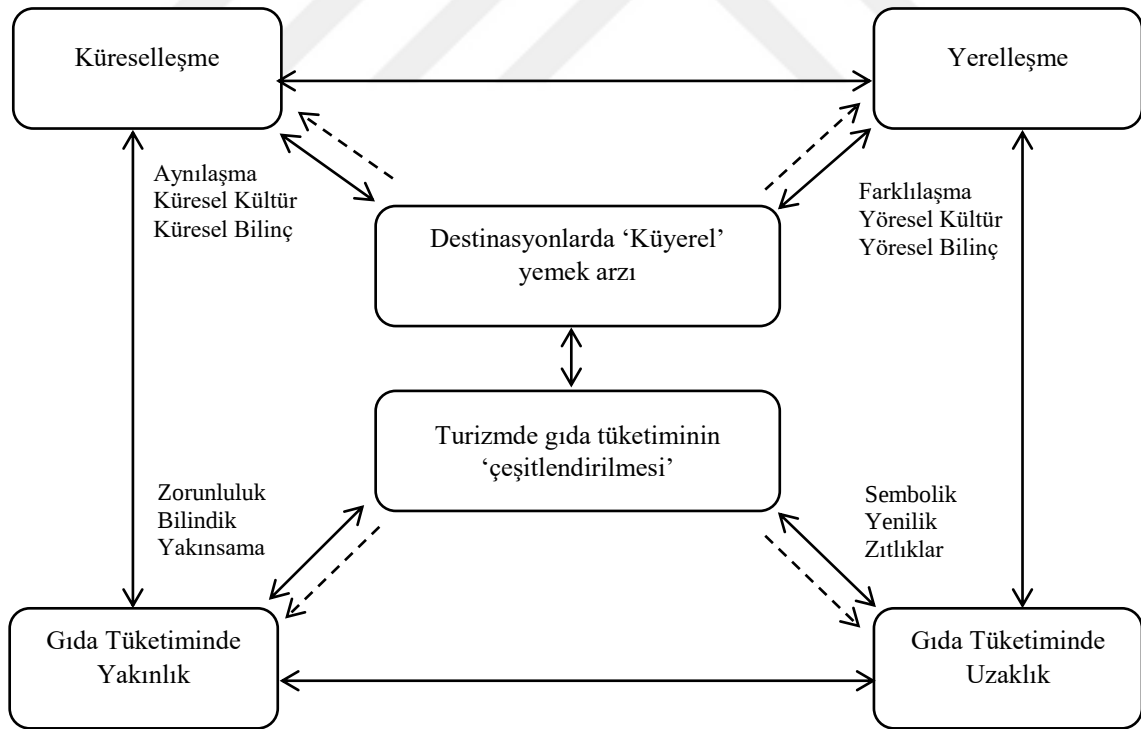
Long (1998) gastronomi turizmini ele aldığı çalışmada, üç farklı karşıtlık belirleyerek, bu karşıtlıklar üzerinden değerlendirmelerde bulunmuştur. Long, kişilerin ötekilerin yemek deneyimini yaşarken yemeğin özgün, yenilebilir olarak kabul görmüş olması ve lezzetlilik değişkenleri üzerinde durduğunu belirtir. Long’un kullandığı öteki kavramı, kültürel anlamda kendi kültürel pratiklerinin dışında kalanları ifade etmektedir. Bu değişkenlerden özgünlüğü bilindikten bilinmeyene doğru bir süreç içerisinde ele almaktadır. Yenilebilir değişkeni kültürel kategorilerimizin belirlediği yenilmez (kirli) kavramının karşıtı olarak ele almıştır. Lezzetli değişkeni ise bilişsel olmayıp, estetikle ilgilidir. Yenilenden memnun olmayı ifade etmektedir.



Şekil 2.1. Gastronomi turizmi karşıtıları (Long, 1998, s. 187)

Gastronomi turistinin tercih nedeni olabilmesi için seyahat potansiyeline sahip bölgede bulunan yemekleri özgün, yenilebilir ve lezzetli olarak nitelendirmesi gerekir. Örneğin, bir İtalyanın Türkiye'ye pizza yemek için gelmesi beklenmez (bilindik) veya bir Müslüman'ın veya Yahudi'nin domuz pastırması yemek için seyahat etmesi beklenmez (yenilemez).

Mak, vd. (2012) küreselleşmenin turizm hareketlerinde gıda tüketimiyle ilgili gerçekleştirdikleri çalışmada önerdikleri modelde; kültür teorisinin ilkelerini temel alarak küreselleşmenin gıda tüketiminde aynılaşıma yarattığını belirtmektedirler (Şekil 2.2.). Mak, vd. (2012), çalışmalarında yapısal karşıtlıklar belirleyerek küreselleşme ve turizmde gıda tüketimini ele almışlardır. Araştırmacıların belirledikleri karşıtlıklar; aynılık x farklılık, küresel bilinç x yerel bilinç, küresel kültür x yerel kültür, sembolik x zorunlu, yeni x bilindik, yakınsama x zıtlıklar'dır. Karşıtlıkların değerlendirilmesi sonucu turizmde gıda arzı ve tüketimine küreselleşmenin etkisini çerçeveleyen bir model önerisi sunularak destinasyon yöneticileri ve gıda sağlayıcılarına önerilerde bulunmaktadır.



Şekil 2.2. Küreselleşmenin Turizmde Beslenme ve Gıda Tüketiminde Etkisi (Mak, vd, 2012, s. 18)

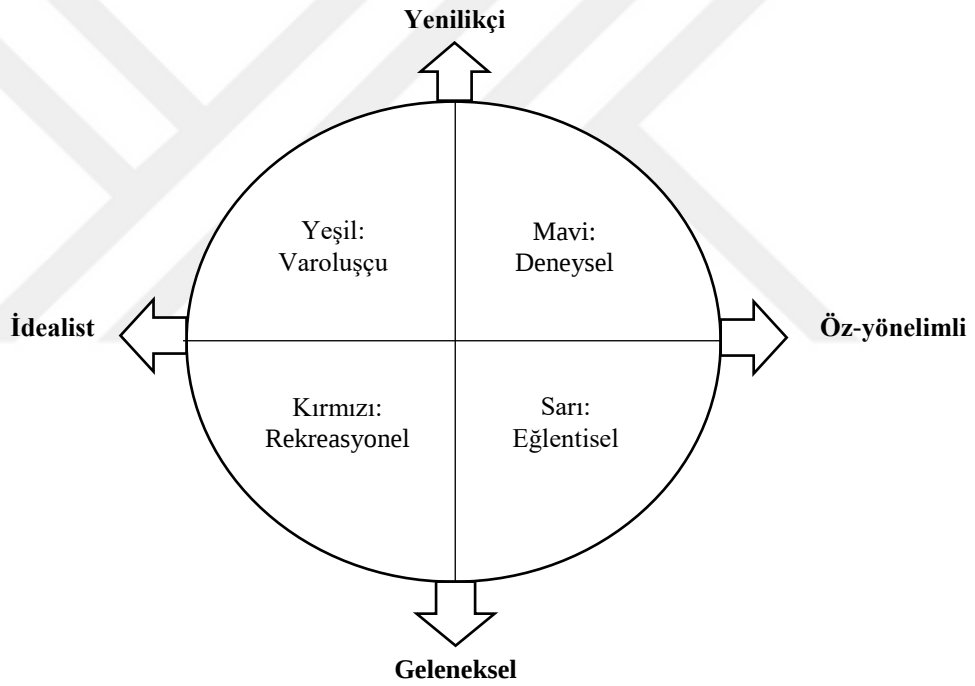
Küreselleşmenin, okların gösterdiği üzere gıda tüketimine yakınlığı, karşılıklı bir ilişki sonucunu doğurmaktadır. Benzer şekilde yerelleşme, yöresel kültürlerin ve

kimliklerin yeniden inşa ve yapılandırılması sonucunu doğuracak ve gıda tüketiminde farklılaşmaların oluşmasına katkıda bulunacaktır. Bu bağlamda farklılıkların yöreselliği teşvik etmesi beklenmektedir. Küreselleşme ve yerelleşme karşıtlığı yemek arzında üç farklı, karşıt boyut ortaya koymaktadır. Bunlar aynılaşıma ve karşıtı farklılaşma, küresel bilinç, yerel bilinç ve küresel kültür yerel kültür karşıtlıklarıdır. Son olarak yemek arzında küyerel kapsamın yerelleşme ve küreselleşme üzerinde bir etki yaratması beklenmektedir.

Fields (2003), çalışmasında turizm hareketlerinde gastronominin bir güdüleme aracı olarak ne şekilde ele alınabileceğini değerlendirmiştir. Bu bağlamda McIntosh, vd. (1995) tarafından belirlenmiş dört ana kategori üzerinde betimlemeler yapmaya çalışmıştır. Fields'ın ilk betimlediği kategori fiziksel güdüleyicilerdir. Fiziksel güdüleyiciler, insanın doğasında olan beslenme ihtiyacı ile ilgili olmakla beraber, rutin diyeti ve fiziksel etkinlikleri değişime uğrayan turistlerin iyi beslenme güdüsüyle ilişkilidir. İkinci kategori olan kültürel güdüleyiciler, yerel kültürü deneyimlemeyle ilgilidir. Turist yöresel yemekleri tadarken ziyaret ettiği yerel kültürün pratikleri hakkında fikir sahibi olur. Üçüncü kategori ise bireylerarası güdüleyicilerdir. Bireylerarası güdüleyiciler, yemeğin sosyal işleviyle ilişkilidir. Yemekten elde edilen deneyimin paylaşılması, deneyime artı değerler katabilmektedir. Fields'ın ele aldığı son kategori statü ve itibar güdüleyicileridir. Gastronomi etkinliklerinin statü ve itibar göstergesi olması göz ardı edilemez bir olgudur. İyi bir yeme-içme mekânında görünmek, yaşanan deneyimleri başkalarıyla paylaşmanın kişiler için önemli anlamları vardır. Turist bu güdüleyicilerden sadece biri ile güdülenebilirken birden fazlasıyla da güdülenebilir. Birden fazla güdüleyici daha güçlü bir etkiye sahiptir. Örneğin, turist sadece fiziksel güdüsüyle seyahat edebilir, ancak buna ek olarak bireylerarası güdüleyiciler ve statü ve itibar güdüleyicileri harekete geçerse seyahat etme olasılığı çok daha fazla olacaktır.

Hjalager (2004) turistlerin neyi neden yediği üzerine yaptığı araştırmada, Pierre Bourdieu'nun sosyolojik çalışmasını temel alarak turizm ve gastronomi adına bir model önerisi geliştirmeye çalışmıştır. Bu bağlamda Hjalager yenilikçi, geleneksel ve idealist, öz-yönelimli karşıtlığını ele alarak dört farklı yaşam tarzını belirlemiştir (Şekil 2.3). Hjalager burada bahsettiği yaşam tarzlarını dar anlamda sınıf, eğitim, cinsiyet veya diğer sosyal uzaklıklar olarak ele almamış; toplumsal sınıfların dışında kabul gören liberal anlamlandırmaların, eğilimlerin ve prensiplerin yaşam tarzındaki değişimi

açıklayabileceğini öne sürmüştür (Hjalager, 2004, s. 197). Şekil 2.3’de görüldüğü üzere yaşam tarzları “varoluşçu, deneysel, rekreasyonel ve eğlentsel” olarak isimlendirilmiştir. Bu yaşam tarzları birbirlerine karşı kuşkuludur ve özellikle zıt köşeler arasında gerginlikler söz konusu olabilir. Varoluşçu ve deneyseller farklılıklar ararlar, yeni lezzetler ilgi alanlarıdır. Aralarındaki fark ise varoluşçular toplumsal olarak daha duyarlı ve çevreci iken deneyseller materyalist ve liberaldir. Rekreasyoneller ve eğlentseller ise değişimden çekinirler, genelde bilindik lezzetlere yönelirler. Rekreasyoneller farklılıklara saygı duyarlar ve boş zaman etkinliklerini iş hayatından daha çok önemserler. Eğlentseller ise arkadaş gruplarında statüyü önemser, çalışma ve eğlence hayatı arasında eşitlik kurarlar.



Şekil 2.3. Gastronomi Turisti yaşam tarzları (HJalager, 2004, s.198)

Hjalager (2004) yaşam tarzlarının temel değerlerini aşağıdaki gibi gruplandırmaktadır;

Yeşil Varoluşçular: Bireyselci, hassas, eşitlik taraftarı, radikal, seçenekçi, çevreci, elitlik karşıtı, kültürel anlamda liberal ve uzlaşmacı.

Kırmızı Rekreasyoneller: Başkalarına saygılı, aile değerlerine bağlı, cinsiyet eşitliğini savunan, uyumlu, değişime karşı çekingen, tutumlu, kanunlara ve düzene uyan.

Mavi Deneyseller: Özgürlükçü, dinç, başarılı, liberal, materyalist, baskın, dışadönük, teknolojiyle ilgili, itibar sahibi, empati yapabilen.

Sarı Eğlencesel: Coşkulu, kendinden sorumlu, grupta statüye önem veren, kuralsız, yatırımcı, özelleştirme yanlısı, cesaretli ve öngörülü.

Sonuç olarak gastronomi turizmi genelde kültürel turizmin bir parçası olarak ele alınmakta ve özel ilgi turistleri için destinasyon seçiminde önem arz etmektedir. Sürdürülebilirlikle ilişkili olarak görülmekte ve farklı kültürleri tanımak isteyen turistler için bir çekicilik unsuru oluşturmaktadır. Kısaca bakıldığında gastronomi turizmi turistlerin yiyecek ve yiyeceklerle alakalı deneyimlerini anlamlandıran bir kavramdır (Karim ve Chi 2010, s. 533). Dolayısıyla, yeme-içme ile ilgili özgünlük barındıran etkinlikler gastronomi turizmi kapsamında ele alınmaktadır.

2.5.1. Yeme-içme mekânları

Restoranlar günümüzde bildiğimiz haliyle yemek yenen bir mekân olmadan yüzyıllar önce sadece şifalı et suyu servis edilen yerlerdir. Restoran kelimesi Fransızca “restaurer” "onarmak, yenilemek" fiilinden türetilmiştir. Bu bağlamda restoranlar ilk anlamıyla yemek yemeye değil şifa bulmaya, yenilenmeye gidilen mekânlardır (Spang, 2007, s. 20). Ev dışında yemek yemenin ve toplumsallaşmanın en önemli mekânları olan kafeler ise Paris ve Londra’da 18. Yüzyılda oldukça yaygınlaşmıştır (Akarçay, 2016, s. 105). Ancak, 1820’lere gelindiğinde bugün bildiğimiz anlamıyla yeme-içme mekânı halini almıştır. Kısacası, bir küçük kâse et suyundan doğmuş ve günümüzde devasa yiyecek ve içecek endüstrisine dönüşmüştür. Alım gücündeki artış, sosyal ayırım, hareketli yaşam arayışı ve benzer etkiler, 1970’ler itibariyle milyonlarca insanı yeme-içme mekânlarına yöneltmiştir (Scholliers, 2008, s. 352). Yemek ve gezi rehberleri, gazeteler, dergiler, kitaplar ve internet üzerinde yeme-içme mekânları değerlendirmeleri oldukça hızlı bir şekilde hayatımıza girmiştir. Böylelikle yeme-içme mekânları fizyolojik ihtiyaçtan doğmuş ve kültürel, sosyal, psikolojik ve ekonomik anlamlar içeren yerler haline gelmiştir.

Anadolu topraklarında yeme-içme mekânlarının gelişimi dünyadaki gelişmelerle paraleldir. Bilinen ilk restoran 1888’de İstanbul Galata’da açılan, günümüzde adı Abdullah Efendi olarak değiştirilen Viktorya’dır. Birçok yemek çeşidinin aynı anda satılması, alkol satışı, devlet erkânını ağırlama gibi ilklerin uygulanması Türk restorancılığı adına önemli bir mekândır (Korkmaz, 2010, s.125). 1990’lara

gelindiğinde İstanbul yaşantısı için dışarda yemek olgusu önemli etkinliklerden biri haline almıştır. Çalışan kadınların, yalnız başına yaşayanların ve çekirdek ailelerin sayısı arttıkça dışarıda yemek, kent yaşamında önemli bir zevk haline gelmiştir. Bunun yanı sıra, mekânlar ve insanlar arasında artan bağlantı, yeni küresel tüketim kalıplarının ortaya çıkması, dünyanın geri kalanının nasıl yemek yediği konusunda bir merakın doğmasına neden olmuştur. Bu durum, İstanbul'a uluslararası bir restoran görünümü kazandırmıştır (Karaosmanoğlu, 2009, s. 343). Yeme-içme mekânlarına yönelik küresel tüketim kalıpları günümüz Türkiye'sinde hemen hemen tüm kentlerde gözlemlenmektedir. T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (2014) esnaf ve sanatkâr istatistikleri bültenine göre Türkiye'de 39078 lokanta, 20273 kır kahvesi, çay bahçesi, çay ocağı, piknik ve dinlenme yeri ve 10636 kafe, kafeterya, kahvaltı salonu işletmesi bulunmaktadır. Günümüzde fiziksel anlamda yeme-içme mekânları genel anlamda salon ve mutfak bölümü olmak üzere minimum iki bölümden oluşur. Buna mekânın türü ve büyüklüğü gibi etmenlere bağlı olarak; bar, çocuk parkı gibi ek bölümler karşımıza çıkabilmektedir.

Yeme-içme mekânları bir konu olarak ele alınırken tarihsel alt yapı ve tanımlamalarla değerlendirmeler yapmanın yanında dışarıda yemek olgusunun da açıklanması gerekir. Dışarıda yemek olgusu denildiğinde dışarıda yemek yeme amaçları, yer seçimi, yemek seçimi ve yemek deneyimi konuları genel çerçeveyi oluşturmaktadır (Özdemir, 2010, s. 219). Dışarıda yemek yeri denilince insanların aklına genelde lokantalar gelmektedir. Ancak lokantalara ek olarak, iş yeri, okul yemekhaneleri ve kantinleri, kafeteryalar, barlar, sokak yemekleri, seyahatler boyunca yenilen yemekler gibi kişilerin evleri dışında yemek yedikleri her yerin dışarıda yemek kapsamına girdiği söylenebilir (Vandevijvere, vd 2009, s. 922).

Warde ve Mathens (2000) yayımladıkları “Dışarıda yemek: sosyal farklılaşma, tüketim ve haz” adlı araştırma kitabında dışarda yemenin nedenlerini haz, eğlence ve gereklilik olarak belirtmişlerdir. Özdemir (2010, s. 221) ise dışarıda yemek yemenin amaçlarını ve boyutlarını şu şekilde ele almıştır:

- Fizyolojik: Açlığı giderme
- Psikolojik: Yenilik arayışı, mutluluk, haz, ruh halinde iyileşme
- Sosyal: Sosyal etkileşim (yeni insanlarla tanışma), Aile/arkadaşlarla beraber olma, statü, prestij.

- Ekonomik: Kolaylık (evde yemek hazırlamaktan kaçınma), zaman tasarrufu
- Psikolojik/Sosyal: Eğlence.

Dışarıda yemek yemenin boyutlarında fizyolojik ve ekonomik amaçlar yararçı değerlere, psikolojik ve sosyal boyutlar ise hedonik değerlere karşılık gelmektedir.

Yeme-içme mekânının seçimi üzerine ise literatürde birçok çalışmayla karşılaşılmiştir (Lewis, 1981; Auty, 1992; Kivela, 1997; Kara vd., 1997; Erik ve Nir, 2004; Wootan ve Osborn, 2006; Rowe, 2010; Özdemir, 2010; Raab vd., 2009, Arıker, 2012; Alonso, vd. 2013; Albayrak, 2014). Kişinin hangi mekânı seçeceğinde öncelik demografik değişkenler ve mekâna gidiş amacının olduğu ilk olarak değerlendirilmesi gereken konudur. Gelir, yaş, cinsiyet ve medeni durum gibi demografik nedenler, zaman tasarrufu sağlama, kutlama, eğlenme, iş, sosyalleşme ve haz alma gibi amaçlar kişilerin mekân seçiminde öncelikli etkenler arasındadır (Lewis 1981; Harrington vd. 2011). Albayrak (2014) İstanbul'da yer alan yeme-içme mekânlarının müşterileri üzerine yaptığı çalışmada insanların mekân seçimini etkileyen en önemli faktörün restoran özellikleri olduğunu belirtmektedir. Bunu takiben yiyecek ve içecekler, hizmetler, parasal değer, restoranın atmosferi, bilinirliği (imajı), temizliği, bulunduğu bölge, müşterilere rahat bir ortamda deneyim sunması ve kalabalık olmamasının önemli etkiye sahip olduğunu bulmuştur. Diğer taraftan kişilerin mekân seçimi yaparken aşamalı bir yaklaşım izledikleri görülmektedir. Örneğin; kişinin amaçsal olarak hızlı yemek işletmelerinden birine gitmeye karar vermesi durumunda (zaman tasarrufu) bir sonraki aşamada bakacağı değişkenlerle iş yemeği amacıyla özellikli restoranlardan birine gideceğinde dikkate alacağı değişkenler değişecektir. Bu doğrultuda literatürde yer alan çalışmalarda mekân seçiminde önem sıralaması sıklıkla değişmektedir (Özdemir, 2010, s. 223). Sonuç olarak, gastronomi turizmi ve dışarıda yemek bağlamında yeme-içme mekânlarının en önemli kaynaklardan olduğu söylenebilir.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırma Deseni

Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, bir konunun ya da durumun derinlemesine ve bütüncül olarak değerlendirilmesine imkân sağlayan bir araştırma yöntemidir (Creswell, 2013, s. 128). Nitel araştırma yöntemlerinden ise koşulların gerçekliği içinde etnografinin temel ilkelerinden edinilen bilinç ve etnografik tekniklerinden faydalanılmıştır. McMillan ve Schumacher (2006, s.26) etnografiyi, belli bir kültürel ya da sosyal grup ya da sistemin betimlenmesi ve yorumlaması olarak tanımlamıştır. Etnografik çalışma yönteminde, genelde etnografik tekniklerin birkaçı bir arada kullanılmaktadır (Kottak, 2002, s. 28). Bu bağlamda, araştırma süresince yarı-yapılandırılmış sorularla görüşme, yeme-içme mekânlarında gözlem, görsel kayıt olarak fotoğraf, yeme-içme mekânlarının menüleri ve dokümanlarından faydalanmıştır.

Araştırma stratejisi olarak etnografide kullanılan emik (aktör-yönelimli) ve etik (gözlemci-yönelimli) yaklaşımlar benimsenmiştir. Emik yaklaşım kültürel ifadeleri yerli kültürün bakış açısıyla, etik yaklaşım ise gözlemcinin kültürel bakış açısıyla anlamlandırmaya çalışmaktadır (Emiroğlu ve Aydın, 2003, s. 260). Araştırmada iki yaklaşım bir arada kullanılarak yeme-içme mekânları hem iç bakış açısıyla (görüşmeler vb.) hem de dışarıdan bakışla (gözlemler, terim ve modeller aracılığıyla) betimlenmeye ve yorumlanmaya çalışılmıştır.

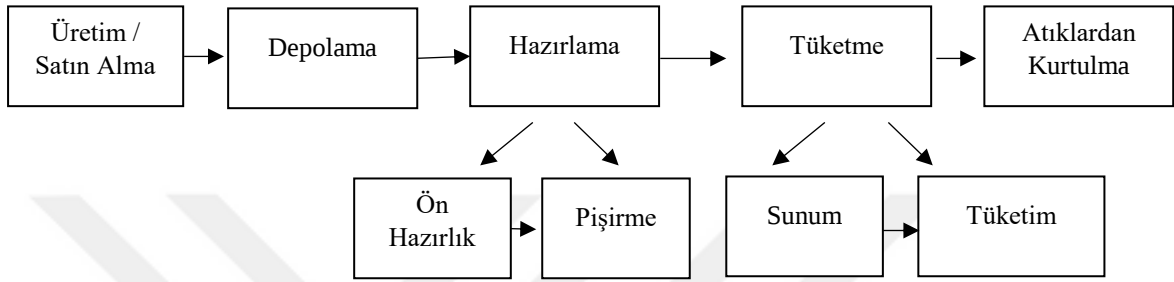
3.2. Görüşme Soru Formunun Hazırlanması

Araştırmada öncelikle kılavuz kişilerin kişisel bilgileri yeme-içme mekânlarının ve mekânlarda sunulan yemeklere yönelik kimlik verilerine yönelik görüşme soruları hazırlanmıştır. Sonraki aşamada yiyeceğin temin edilmesi ve dönüştürülmesi ile ilgili olarak Goody'nin (1987, s.56) belirlediği aşamalar yeme-içme mekânlarının işleyişine uyarlanarak aynışma ve farklılaşmalar ortaya konulmuştur.

Tablo 3.1. *Yiyeceğin Temin Edilmesi ve Dönüştürülmesi (Goody, 1987, s. 56).*

İşlem	Aşama	Yer
Yetiştirme	Üretim	Tarla
Tahsis etme /Depolama	Dağıtım	Ambar /Pazar
Piştirme	Hazırlama	Mutfak
Yeme	Tüketme	Masa
Temizleme	Atıklardan Kurtulma	Bulaşikhane

Yeme-içme mekânlarına özgün olarak üretme ve/veya tedarik etme, depolama, hazırlama, tüketme ve atıklardan kurtulma yiyeceğin temin edilmesi ve dönüştürülmesiyle ilgili olarak belirlenen aşamalardır. Tezde, ön alan araştırmalarından elde edilen deneyimlerle, yeme-içme mekânlarının işleyişine uygun olarak hazırlama aşaması “ön hazırlık” ve “pişirme”; tüketme aşaması ise “sunum” ve “tüketim” alt başlıkları ile birlikte ele alınmıştır.



Şekil 3.1. Yeme-içme mekânlarına özgün yiyeceğin temin edilmesi ve dönüştürülmesi aşamaları

Kılavuz kişilere yönelik kişisel bilgiler görüşme izin formunda yazılı olarak alınarak kılavuz kişilerin görevi, yaşı, eğitim durumu, nereli olduğu ve kaç yıldır mekânda görev yaptığına yönelik cevaplar alınmıştır. Mekân ve yemeklerin kimliğine yönelik sorular kılavuz kişilerin kendi gözlerinden tanımlamaları amacına yönelik olarak yarı yapılandırılmış olarak oluşturulmuştur. Son olarak yiyeceğin temin edilmesi ve dönüştürülmesi üzerine yarı yapılandırılmış sorular, belirlenen aşamaları betimleyebilmek adına düzenlenmiştir. Elde edilen soru formu iki türkolog, iki gastronomi uzmanı, bir turizm uzmanı, bir sosyolog, bir halk bilim uzmanı ve yeme-içme mekânlarında aktif olarak çalışan beş idarecinin görüşlerine sunulmuş ve önerilere yönelik olarak gerekli değişiklikler ve eklemeler yapılmıştır. Ek olarak, gözlem ve görüşme verilerini desteklemek amacıyla araştırmacı tarafından kayıt altına alınan görsel kayıtlar veri olarak kullanılmıştır.

Alan çalışması sonucu elde edilen gözlem notları, görüşme verileri, yeme-içme mekânlarının dokümanları ve görsel kayıtlar düzenlenmiştir. Görüşme verilerinin analizinde ses kayıtlarının tamamı birebir transkript edilmiş ve yazılı bir formata dönüştürülmüştür. Sonraki aşamada mekânların ve sunulan yemeklerin kimliği ve yiyeceğin temin edilmesi ve işlenmesiyle ilgili aşamaların her birine yönelik veriler bir

bütün olarak ve destinasyonların her birine özgü ayrıştırılarak verilerin analiz sürecine başlanmıştır.

3.3. Çalışma Kümesi

Çalışma kümesine yönelik araştırmada iki soru önem taşımaktadır. Bu sorular: *“Araştırma hangi destinasyon veya destinasyonlarda gerçekleştirilecektir?”* ve *“Belirlenen destinasyon veya destinasyonlarda hangi yeme-içme mekân(lar)ı alan çalışmasına dahil edilecektir?”*. Çalışmanın amacına uygun olacağı düşünülen amaçlı örnekleme yönteminden faydalanılarak bu soruların cevapları aranmıştır. Amaçlı örnekleme stratejilerinden ölçüt örnekleme stratejisi kullanılmıştır. Ölçüt örneklemenin mantığı daha önceden belirlenmiş, bazı önem ölçütlerini karşılayan tüm durumları çalışmak ve gözden geçirmektir (Patton, 2014, s.46). Bu bağlamda, amaca yönelik olarak destinasyonların ve yeme-içme mekânlarının belirlenmesi için belirli ölçütler içeren, birkaç aşamalı bir strateji geliştirilmeye çalışılmıştır.

İlk olarak araştırmanın amacına yönelik birden fazla destinasyonun seçilmesi uygun görülmüş ve bazı ölçütler belirlenmiştir. İlk ölçüt, projenin ana terimleri olan küreselleşme ve yerelleşmenin yansımalarının yeme-içme mekânlarında açıkça gözlenebileceği destinasyonlar olmasıdır. İkinci ölçüt, hem turizm hem de turist nitelikleri açısından, turizm araştırmacılarınca incelenmiş destinasyonların ele alınmasıdır. Üçüncü ölçüt, destinasyonların farklı tarzda turizm çeşidini yansıtan özelliklere sahip olmasıdır. Bir diğer ölçüt ise küresel - yerel etkilerin gözlemlenmesini destekleyecek nitelikte genel ya da geleneksel yemek kültürü üzerine çalışmaların bulunmasıdır. Bu ölçütlere ek olarak coğrafi dağılım göz önünde bulundurularak; İstanbul, Gaziantep, Konya, Antakya, Trabzon, Nevşehir ve Kırklareli çalışma kümesine dâhil edilecek destinasyonlar olarak belirlenmiştir. Ancak İstanbul’da yapılan saha araştırması boyunca yaşanan zorluklar (mekân idarecilerinin mülakatları sürekli ertelemesi veya kabul etmemesi, belirlenen mekânların bazılarında rezervasyon yapılamaması, mekânlar arası ulaşımın oldukça zor olması ve çok zaman alması gibi) nedeniyle İstanbul yerine İzmir destinasyonlara dâhil edilmiştir.

Belirlenen destinasyonlarda çalışmaya dâhil edilecek yeme-içme mekânlarının belirlenmesi için ise yine birkaç aşamalı ölçütler içeren bir strateji belirlenmiştir. İlk olarak Trip Advisor, Zomato, Restaurant Finder gibi yeme-içme mekânlarının değerlendirildiği çevrimiçi platformlarda en çok önerilen (en yüksek puana sahip)

işletmeler arasından yeme-içme mekânları örneklem olarak değerlendirilmiştir. Ancak sadece bu değerlendirme ölçütüne bağlı kalınarak örneklem seçilmesinin, yanıltıcı olabileceği fark edilmiştir. Öncelikle bazı destinasyonlarda bu platformların bazı yeme-içme mekânlarında yorumcuların puanlamaları manipüle edici davranış gösterdiği gözlemlenmiştir. rnek vermek gerekirse, aynı yeme-içme mekânı için sadece bir veya iki yorum sayısına sahip 100’n üzerinde ye en yüksek oyu verip, olumlu yorumda bulunmuştur. Bu uğraş yeme-içme mekânlarının bu tür platformlara verdiği değeri göstermesi açısından önemlidir. Bir diğer konu bazı destinasyonlarda yeme-içme mekânlarında çok az sayıda yorum ve öneri bulunmasıdır.

İkinci lt olarak yemek eleştirmenleri ve evrimii yemek gncesi (blog) yazarlarının önceki gezilerinde değerlendirmeleridir. nc aşamada önceki değerlendirme ltleri sonucu oluşan mekânların listesi, kendini gastronomi turisti olarak değerlendiren kişilere (128 kişi) bir çevrim içi soru formuyla yeme-içme mekânları arasında seçim yapmasını istenmesidir. Elde edilen sonuca göre mekânlar bir sıralamaya konulmuştur. Bu ltler alan çalışmasına başlanmadan önce gerçekleştirilmiştir. Alan alışması esnasında ise destinasyonda yaşanan yerel halkın sıklıkla nerileri sorulmuş ve yoğun olarak tekrarlanan mekânlar dikkate alınmıştır. Son olarak görüşme gerçekleştirilen kılavuz kişilerin nerileri sorulmadan şehrin yeme-içme mekânları ve yemek kültürleri hakkında detaylı bilgi alınabilecek olarak gördükleri kişilerdir. Yine yoğun olarak tekrarlanan kişiler dikkate alınmıştır. Burada dikkat çeken konu önerilen kişilerin bölgedeki yeme-içme mekânlarında çok uzun süredir tanınan kişiler olmasıdır.

Kısaca, yeme-içme mekânlarının seçimi için kullanılan ltler şöyledir:

Alan alışması öncesi

- Çevrimiçi değerlendirme platformlarında seçilmesi
- Yemek eleştirmenleri ve yemek gncesi yazarlarının değerlendirmeleri
- Gastronomi turistlerine gerçekleştirilen soru formu sonuçları

Alan alışması esnasında

- Yerel halkın nerileri
- Kılavuz kişilerin nerileri

3.4. Alan Araştırması Süreci

Alan çalışması boyunca belirlenen destinasyonlara ziyaretler sadece tarafımdan gerçekleştirilmiştir. Mekânlara ilk ziyaretler, idarecilerin bilgisi olmadan, müşteri olarak yapılmış, yeterli gözlem verinin alınmadığı durumlarda ise birden fazla gerçekleştirilmiştir. Sonraki aşamada mekân ve sunulan yemekler hakkında en doğru bilgileri verebilecek kılavuz kişi veya kişiler (mekân sahibi, aşçıbaşı, idareci gibi) belirlenerek onlarla görüşmeler yapılmıştır. Bazı mekânlarda mekânın bütün işleyişiyle ilgili-bilgisi olan tek idareci söz konusuyken, bazılarında ayrı konularda sorumlu olan, birden fazla idareci söz konusuydu. Bu doğrultuda 29 mekânda birer kılavuz kişi ve altı mekânda iki kılavuz kişiyle ses kayıtları alınarak görüşülmüştür. Ek olarak görüşme gerçekleştirilen mekân idarecilerinden yazılı izin alınarak mekânların fiziksel yapısı ve yiyeceğin işlenmesiyle ilgili aşamalara yönelik görsel kayıtlar sadece tarafımdan çekilen fotoğraflarla kayıt altına alınmıştır.

Tablo 3.2’de, görüşme ve gözlem yapılan mekânların destinasyonlara göre dağılımı ve araştırmacının destinasyonda geçirdiği zaman verilmiştir. Uzun soluklu etnografik araştırmalara göre alanda geçirilen zaman yetersiz gibi görünebilir. Çalışmanın amacı gereği etnografik gözlem sahasının sadece bir işletmenin fiziki mekânı ve çalışanlarıyla sınırlı olan araştırma sahasındaki bu süre, uygulanan diğer veri teknikleriyle en etkili ve yoğun şekilde kullanılmaya çalışılmıştır. Bu süre içerisinde mekân, hem bir müşteri olarak (katılarak) deneyim elde edilmiş hem de bir araştırmacı olarak açık bir kimlikle, etnografik bakış hassasiyetiyle incelenmiştir.

Tablo 3.2. *Görüşme ve gözlem yapılan mekânların destinasyonlara göre dağılımı*

Destinasyonlar	Görüşme gerçekleştirilen ve gözlemlenen mekân sayısı	Sadece gözlemlenen mekân sayısı	Destinasyonlarda alan çalışması yapılan gün sayısı
Antakya	5	2	6
Gaziantep	7	2	7
İzmir	7	3	7
Kırklareli	4	3	5
Konya	3	4	5
Nevşehir	4	2	5
Trabzon	5	2	5
Toplam:	35	18	40

Alan çalışması boyunca gözlem ve görüşme yapılması planlanmış; bazı mekânlarda, mekân idarecilerinin görüşme yapmayı kabul etmemesi, sürekli olarak randevuyu ertelemesi veya randevuya saatinde gelmemesi durumuyla karşılaşmıştır. Bu durumda önceden belirlenen bir sonraki mekânda görüşme gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak toplamda 35 yeme-içme mekânında görüşme (mekân idarecisi sayısı; 41) ve gözlem, 53 mekânda ise sadece gözlem gerçekleştirilmiştir. Belirlenen her destinasyondan elde edilen görüşme ve gözlem verilerinin benzeştiği ve tekrarladığı anlaşıldığı zaman, yeterli veri toplandığı varsayılp görüşmeler sonlandırılmıştır.

Alan çalışması boyunca gerçekleştirilen 35 görüşmenin ortalama süresi 20 dakika 48 saniyedir. Tek veya birkaç ürün sunan mekânların idarecileriyle yapılan görüşmeler, daha geniş menülere sahip mekân idarecilerine göre kısmen daha kısa sürmüştür. Görüşmelerde yeme-içme mekânlarının idarecilerine mekânda sunulan yemeklerden istediklerinin işleniş ve dönüştürülmesiyle ilgili uygulamalarını anlatmaları istenmiştir. Ancak yapımı anlatılacak yemekleri seçerken araştırmanın amacına yönelik olarak eğer mekânın menüsü uygunsa; ulusal (Türkiye geneli görülebilecek anlamda), yöreye özgü ve mekâna özgü olarak seçim ve tanımlama yapımları talep edilmiştir. Bazı mekânlarda böyle bir ayrımın yapılması söz konusu olmamıştır. Örneğin tek ürünün baskın olduğu menülü mekânlarda böyle bir ayrım yapılamamıştır. Benzer şekilde bazı mekânlarda mekâna özgü olarak belirtilen herhangi bir yemek sunulmamaktadır. Yeme-içme idarecilerinden tarifleri alınan ve değerlendirilecek yemekler Tablo 3.3.'teki gibidir.

Tablo 3.3. Alan araştırmasında kılavuz kişilerden tarifi alınan yemekler

Destinasyonlar ve Mekânlar	Yemekler
Antakya	
Anadolu Restoran	Çökelek Salatası, Muhammara, Aşur, Kabak Borani, Anadolu Kebap.
Avlu Restoran	Zahter (dağ kekiği) Salatası, Babagannuç, Oruk, Kazbaşı (iri kuşbaşı), Avlu Spesiyal.
Hatay Sultan Sofrası	Sembusek, Yoğurt Aşı, Ekşi Aşı.
Konak Restoran	Humus, Muhammara, Kâğıt Kebabı, Tepsi Kebabı
Pöç Kasabı	Kâğıt Kebabı, Tepsi Kebabı
Gaziantep	
Aşina	Yuvalama, Ekşili Saray Kebabı.
Bayazhan	Fıstık Filizi, Ayvalı Daraklık, Ekşili Ufak Köfte, Erik Tavası, Vişne Kebabı.

Tablo 3.3. (Devam) Alan araştırmasında kılavuz kişilerden tarifi alınan yemekler

Çulcuoğlu Et Lokantası	Kıyma, Fıstık Kebabı
Halil Usta	Küşleme, Simit Kebabı
İmam Çağdaş	Ali Nazik, Patlıcan Kebabı
Metanet	Beyran ve Lahmacun.
Yesemek	Çağla Aşı, Şiveydiz, Mıcırık Aşı, Pirpirim (semizotu) Aşı ve Alaca Çorba.
İzmir	
Adil Müftüoğlu Lokantası	Ciğer Sarma, Beğendi, Kuzu Dolma,
Asım Usta Kokoreç	Kokoreç, Atom Kokoreç
Beğendik Abi	Elbasan Tava, Çalkama, Enginar Dolması, Urla Güveci
Fırın Vourla	Urla Güveci, Oğlak Tandır.
İzmir Girit Mutfağı	Şevketi Bostan, Girit Dolması, Kabak Çiçeği, Arapsacı
Kısmet Lokantası	Ciğer Sarma, Elbasan Tava, Urla Kebabı, İzmir Köfte.
Veli Usta Balık Pişiricisi	Dil Balığı Şiş, Tuzda, Kiremitte ve Izgarada Balıklar.
Kırklareli	
Ahmetbey Bahar Köftecisi	Köfte, Piyaz.
Celepoğlu Gusto Konağı	Selanik Güveci, Soulvaki.
Dörtler Köftecisi	Köfte, Oğlak Tandır.
Kabalka	İslama Satır Köfte, Satır Et, Kuzu Şiş.
Konya	
Hacı Şükrü	Fırın Kebabı, Bamya Çorbası.
Konak	Fırın Kebabı, Ekmek Arası, Tirit, Sebzeli Közleme.
Somatçı Fihi Ma Fih	İncirli Et, Zerdeçalı Bulgur Aşı, Ispanaklı Enginar
Nevşehir	
Han Odası	Kiremit Köfte, Nevşehir Mantısı
Kadın Kooperatifleri Restoran	Güveçte Kuru Fasulye (Ağpakla), Mercimek Çorbası.
Keyif Restoran	Testi Kebabı, Sac Tava
Zeytin Ev Yemekleri	Nevşehir Tava, Köfte
Trabzon	
Kalkanoğlu Pilavcısı	Pirinç Pilavı, Kuru Fasulye, Hoşaf.
Kulüp Bahçe	Mıhlama, Karalahana Sarması, Hamsili Ekmek.
Komaroğlu Köftecisi	Köfte, Piyaz, Pirzola
Rüştü'nün Fırını	Kapalı Kıymalı Pide, Yuvarlak Kıymalı Pide, Uzun Peynirli Pide
Zeki Usta Balık	Hamsi Pilav, Govit Tava, Levrek Sac Tava.

(Not: Destinasyonlar ve mekânlar alfabetik sıralamayla verilmiştir.)

Yeme-içme mekânlarında sunulan toplam 103 yemeğin işleniş aşamaları kayıt altına alınmıştır. Mekân idarecileri tarifini ve değerlendirmesi istenen yemekleri misafirler tarafından çok tercih edilen, yöresel, diğer mekânlardan farklı olduğuna inandıkları ve mekânlarıyla özdeşleştirdikleri yemekler arasından seçmişlerdir. Çoğu mekânda bulunan, iyi yaptıklarına inanmadıkları ve pek tercih edilmeyen yemekler araştırmacı tarafından sorulsa bile cevap verilmemiş veya geçiştirilmiştir. Yemeklerin tamamına bakıldığında değerlendirilmeye alınan yemeklerin yöresel yemekler (yöresel ev yemekleri ve ev dışı yöresel yemekler) ve ulusal yemekler olduğu görülmektedir. Ancak mekânlarda küresel anlamlar içeren pizza, hamburger ve makarna gibi yemeklerin sunulmasıyla da her destinasyonda sıklıkla karşılaşmıştır.

Sonuç olarak yeme-içme mekânlarının yapısı, mekân idarecilerinin görüşleri, gerçekleştirilen gözlemlerin notları ve sunulan yemeklerin bir kısmının tarifleri alan araştırmasında elde edilen verileri kapsamaktadır. Aynışma ve farklılaşmanın göstergelerinin betimlenmesine yönelik kimlik bağlamında mekânların yapısı, idarecilerinin görüşleri ve gözlem notlarından; sunulan yemekler bağlamında ise tarifler, gözlem notları ve mekân idarecilerinin görüşlerinden faydalanılmıştır. Yemeğin işleniş aşamaları dikkate alındığında tedarik tercihleri, depolama, tüketim ve yemek artıklarının değerlendirilmesi aşamaları için gözlem notları ve mekân idarecilerinin görüşleri, hazırlama aşaması için ise alınan yemek tarifleri değerlendirilmiştir.

4. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde alan çalışması sonucu elde edilen veriler sistematik bir şekilde sunulacaktır. Değerlendirilecek konular; görüşme verilerine yönelik demografik bilgiler, yeme-içme mekânlarının kimlikleri ve yeme-içme mekânlarında yiyeceğin temin edilmesi ve dönüştürülmesiyle ilgili tüm aşamalara (tedarik, depolama, ön hazırlık, pişirme, tüketim ve atıklardan kurtulma) yönelik bulgulardır. Çalışmada ele alınan aktörler kimlik bakımından yeme-içme mekânları, uygulayıcılar olarak yemeğin hazırlanma süreçlerini yöneten mekân idarecileri ve fiziki anlamda yemeğin kendisi olarak belirlenmiştir. Ortaya çıkarılan farklılaşma ve aynılaşma noktaları, kimlik ve yemeğin işlenmesiyle ilgili tüm aşamalara yönelik, destinasyonlar ve mekânların karşılaştırılması sonucu oluşturulmuştur. Bahsedilen bu konuların değerlendirmesinde yemeğin aynılaşması ve farklılaşmasına yönelik alan çalışmasında elde edilen sınırlar ortaya konulmuş, bu sınırlar içinde bulgular verilmiştir.

4.1. Demografik Bulgular

Görüşmelerin gerçekleştirildiği kılavuz kişilerin 34'ü erkek, 7'si ise kadındır. Bu bağlamda yeme-içme mekânlarında erkek idarecilerin baskın olduğu söylenebilir. Diğer taraftan, yemekleri hazırlayanlara bakıldığında, pişirilen yemeğin ne olduğuna yönelik cinsiyete dayalı bir ayrımın söz konusu olduğu görülmüştür. Yöresel ev yemeklerinin yapımında kadınlar; yöresel ev dışında yapılan, ulusal (ızgara, fırın, tava) ve küresel yemeklerin yapımında ise erkeklerin baskın olduğu görülmektedir. Bazı mekânların idarecileri “yöreselci kadınlar”, “mantıcı bayan elemanlar” gibi terimleri kullanmaktadırlar.

Bize özgü mantı Nevşehir mantısı, biz kendimiz dolduruyoruz. Bunu “mantıcı bayan elemanlar” dolduruyor. (*Han Odası, Nevşehir*)

İçli köfteyi bizim “yöreselci bayanlarımız” elde yapıyor bunu. İçerisini dolduruyor. Bizde haşlama yok. Sonrasında kızartılıyor. (*Bayazhan, Gaziantep*)

Mekân idarecilerinin, yeme-içme mekânının bulunduğu yerin yerlisi veya uzun süredir (20 yıl üzeri) destinasyonda yaşadığı görülmektedir. Dolayısıyla yeme-içme mekânlarının bulunduğu yöreden olanlar veya o yöreyi uzun süredir tanıyan idarecilerin mekânları yönettiği söylenebilir. Diğer taraftan kılavuz kişilerin yaş ortalaması 26 ile 74 arasında değişmekte ve genel yaş ortalaması 49,7'dir. Bu bağlamda her yaş grubundan

kılavuz kişiler görülmekle beraber, orta yaş ve üzeri kılavuz kişilerin baskın olduğu görülmektedir.

Mekân idarecilerinin mevcut mekânlarda tecrübe sürelerine bakıldığında sürelerin 3 ile 57 yıl arasında değiştiği, mevcut mekânda tecrübe ortalamasının ise 16,64 olduğu belirlenmiştir. Kılavuz kişilerin, görüşüne başvurulmuş mekânlar hakkında oldukça tecrübeli olduğu görülmektedir.

4.2. Yeme İçme Mekânlarının Kimlikleri

Kimlik tanımlaması bir adla başlamakta olsa da onunla sınırlı kalmamaktadır. Bir mekânı, yeme-içme mekânı yapan her şey (yemekler, konum, müşteriler, dekorasyon, tabela, çalışanlar, mekânın sosyal medya hesapları vb.) o mekânın kimliğiyle ilgili bilgiler vermektedir. Kimliğin, yeme-içme mekânlarını idare edenlerin de değer verdiği konulardan olduğu söylenebilir. Çünkü mekân kimliğinin, bir mekânın tanınmasını, tanımlanmasını, tanıtılmasını ve diğer mekânlarla olan farkını vurgulayacak sınırlarının çizilmesini sağladığı görülmektedir.

Araştırmanın bu bölümünde mekânları diğer mekânlardan ve ikame ürün sunanlardan (örneğin; dondurulmuş yemek markaları) ayıran kimlik öğelerine yönelik bulgular anlatılmaktadır. Her ne kadar mekânları idare edenlerin nihai amacı gelir elde etmek ve o geliri sürdürülebilir kılmak olsa da bu amaca nasıl ulaşacakları konusunda değerlendirilmesi gereken değişkenlerden biri, bilinçli veya bilinçsiz olarak mekâna yükledikleri kimliktir. Bu kimlik öğeleri ele alınırken idarecilerin yönettiği mekânları nasıl tanımladıklarından faydalanılarak yeme-içme mekânlarının kimliğine yönelik sınırlar çizilmeye ve tanımlanmaya çalışılacaktır. Kimlik tanımlamalarının mekânları kişiselleştirmek üzere farklılaştırma amaçlı olsa da, idarecilerin tanımlamada kullandıkları ifadelerde bazı ortaklıkların olduğu fark edilmiştir. Kimlik göstergesi olarak idareciler tarafından vurgulanan bu unsurları; *bütüncül kimlik unsurları*, *değişim*, *lezzet*, *hizmet* ve *ortamın ruhu* değerlendirmeleri altında ele alınacaktır. Bunlara ek olarak hem gözlemler hem de idareciler tarafından vurgulanan bulgularla desteklenmiş mekânların kimlikleriyle bağlantılı yeme-içme mekânlarının “*şekilsel farklılıkları*”, “*kuruluş yerleri ve mimarisi*”, “*övinç kaynakları*”, “*müşterileri*” ve “*menüleri*” ne yönelik bulgular ayrı başlıklar altında ele alınmıştır.

Bütüncül kimlik unsurları: Herhangi bir açıdan ortak noktaları bulunan tüm mekânlara yönelik oluşmuş bir kimliğin varlığından bahsetmek mümkündür. Alan

çalışmasının gerçekleştirildiği tüm destinasyonlarda, ortak yönere yönelik olarak yeme-içme mekânlarına yönelik kapsayıcı sayılabilecek bir kimliğin varlığından bahsedilebilir. Bahsedilen bu kimlik bir bakıma üst kimlik görevi görmektedir. Yeme-içme mekânlarına yönelik bütüncül kimlik öğelerinin “*coğrafi kısıtla*” ve “*coğrafi kısıttan bağımsız*” olarak ele alındığı gözlemlenmiştir.

Coğrafi kısıttan kasıt, herhangi bir destinasyonda bulunan tüm yeme-içme mekânlarına yönelik oluşmuş bütüncül bir kimliğin olduğudur. Coğrafi kısıtla ele alınabilecek destinasyona özgü bazı öğeler söz konusudur. Burada “*Antakya’daki mekânlarda fazla ikramla karşılaşamazsınız*”, “*Konya’da mekânlar en geç saat 9’da kapanır*”, “*Turşu Nevşehir’de mekânların olmazsa olmazıdır*” gibi destinasyon içinde neredeyse tüm mekânlarda aynı olan ve destinasyon dışındakilerden farklılaşan özelliklerden de bahsedilebilir. Bahsedilen bu özellikler destinasyonda yer alan mekânlara yönelik aynışmayı ve diğer destinasyonlardan farklılaştığı noktaları ortaya koymaktadır.

Coğrafi kısıttan bağımsız olma durumu ile göç etmiş bir yerellik ifade edilmektedir. Ele alınabilecek kimlik öğeleri, herhangi bir mutfağın yemeklerini sunan tüm yeme-içme mekânlarına yönelik olabilmektedir. Herhangi bir destinasyonda yer alan bir yeme-içme mekânının bir bakıma üst kimliği destinasyonda ve destinasyon dışında yer alıp destinasyonun yemeklerine atıfta bulunan yeme-içme mekânlarının tümünün oluşturduğu kimlik öğeleri olarak görülmüştür. Örneğin; Gaziantep dışında yer alan ve Gaziantep yemekleri sunan yeme-içme mekânları, muhtemelen Gaziantep’te yer alan mekânlardan çok daha fazladır. Ancak, genel olarak Gaziantep yemekleri sunan mekânlar, Gaziantep’te oluşmuş genel kimlik özelliklerine sahip olmak zorundadırlar aksi halde Gaziantep mutfağının kimliğinden uzaklaşırlar.

Değişim: Son yüzyılda neredeyse toplumsal her konuda değişimin oldukça hızlandığı gerçeği yeme-içme mekânlarını da etkilemektedir. Bu değişime mekân idarecilerinin nasıl baktığı ve ne şekilde tepkiler verdiği hem destinasyon hem de mekânların kimliğini şekillendirebilmektedir. Değişimleri bazı idareciler “modernlik” olarak ele alabilirken bazıları değişim konusuna oldukça temkinli bir tavır sergileyebilmektedirler. Özellikle uzun süredir hizmet veren mekânlar en ufak değişimde bile oldukça detaylı bir değerlendirme yapmaktadırlar.

Küçük bir dükkânım vardı. Burasını teklif ettiler. “Düşündüm taşındım,” dedim oğlum alayım mı size burayı. “Olur, baba” dediler, aldık. Şu duvara kadar restore ettim burayı. Bir

evdi zaten. Öbür ev çıktı piyasaya, onu da alalım mı dediler aldık. Bu şekilde büyüttük. Restorasyonunu biz kendimiz tasarlayarak yaptık. ...Bizim kara fırınımız var, fırını buraya yapmak istedim yazık ederim dedim, benim fırınım 200 yıllık. Fırın değişirse lezzet değişebilir. (*Pöç Kasabı, Antakya*)

Değişim özellikle mekânla simgeleşmiş lezzete yönelikse daha sert bir direncin olduğu karşımıza çıkmaktadır. Yukarıdaki betimlemede görüldüğü üzere mekânın dekorasyonuna yönelik değişimler kabul görmüşken lezzeti değiştirebilecek bir değişim (200 yıllık bir fırının yenilenmesi) çekinilerek gerçekleşmemiştir. Tarihi taş fırın oldukça önemli bir kimlik göstergesidir ve değişimi mevcut durumu etkileyebilir. Buradaki örnekte değişim alınmaya değer bir risk olarak görülmemiş ve gerçekleşmemiştir.

Böyle tahta masalarla, birkaç kalem sıcakla, ızgarayla, birkaç çeşit mezeyle başladık; süreç içerisinde talep ve müşteri kapasitesi arttıkça yeniliğe dönüştü. Buranın asıl dönüşümü 2003'tedir. 2003'te bir tadilatla yeniden hayata girdi ve Türkiye'nin değişik kesimlerine ciddi bir şekilde hitap etmeye başladı. Yani sadece yerel değil uluslararası bir kimliği de var. (*Anadolu Restoran, Antakya*)



Görsel 4.1. Antakya Pöç Kasabı: Kara fırın. Tepsi ve kâğıt kebabı pişirilirken.

Bazı mekânların idarecileri ise değişimin bir zorunluluk olduğunu düşünmektedirler. Hitap ettiği müşteri kitlesi ve müşteri talepleri, çevresel koşullar vb. değişimlere yanıt vermek zorunluluk olarak ele alınır. Bu değişimlerin özünü kaybetmek değil “modern çağa ayak uydurmak” olarak görüldüğü gözükmektedir. Her şey gibi damak tadının da talep edilen yemeklerin değiştiği idareciler tarafından sıklıkla belirtilmektedir. İdareciler, değişimlere kayıtsız kalinamayacağını düşünmektedirler. Öyle ki görüşülen her mekânda az veya çok mutlaka yemeklerde değişimler olmuştur.

Yemekler, yemeklerin sunuş şekli ve dekorasyon öğeleri mekânlarda değişimin en çok görüldüğü alanlar olarak göze çarpmaktadır. Genel anlamda değişim yaşanan aksaklıklar, müşteri talepleri ve moda hareketlerine bir reaksiyon olarak ortaya çıktığı görülmektedir.

Lezzet: Yeme-içme mekânları için lezzet kimliğinin en önemli ögesi olduğu görülmektedir. Lezzete yönelik bir kimlik oluşturma çabası “buradaki yemekler eşsizdir”, “en taze mezeler bizim mekânımızda bulunur”, “Dünya mutfağından örnekler sunuyoruz” gibi söylemlerle karşımıza çıkmaktadır. Yeme-içme mekânları için kopyalanması en zor değişkenin lezzet olduğu söylenebilir. Öyle ki aynı mekânın başka şubelerinde bile ilk şubedeki yemeklerin lezzeti değişebilir. Örneğin alan çalışması esnasında yerel halk tarafından sıklıkla önerilen bir mekânın ilk şubesine gidilmesi yine yerel halk tarafından özellikle vurgulanmıştır. Nedeni sorulduğunda ise sonradan açılan şubenin aynı lezzete sahip olmadığı belirtilmiştir. Mekânın idarecileri ise bütün üretim aşamalarının her şube için aynı olduğunu söylemişlerdir. Bu bağlamda, lezzetin yeme-içme mekânıyla oldukça özdeşleştiği ve bir kimlik ögesi halini aldığını söylemek mümkündür.

Yeme-içme mekânlarının idarecileri sundukları yemekler için en çok kullandığı sıfatlar: *Lezzetli, taze, bize özgü, temiz ve farklıdır*. Yeme-içme mekânlarında lezzete, dolayısıyla sunulan yemeğe yönelik kimlik oluşturulmasının genelde usulle ilgili olduğu görülmüştür. Zamanla sunulacak her yemeğe, yeme-içme mekânına özgü bir usul oluşturulmuş ve bu usul lezzete yönelik bir kimlik ögesi halini almıştır. Sonraki bölümlerde usulle ilgili bulgulara detaylı olarak değinilecektir.

Hizmet: Yeme-içme mekânlarının idarecilerinin “*çalışanlarımızın güler yüzlü olması bizim için çok önemli*”, “*müşterileri bekletmeyi pek sevmeyiz*” ve “*müşterilerin isteklerini çok önemseriz*” gibi söylemler hizmete yönelik kimlik oluşturmaya yöneliktir. Hizmet yeme-içme mekânlarının kendilerini farklılaştırma için kullandığı öğelerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Mekân idarecileri, iyi hizmeti *müşterilere değer verme, isteklerini anlama ve onları önemli ve önemseniyor hissettirme* kavramlarıyla açıklamaktadırlar.

Bizim burası kalben bir yer, yani böyle papyonlu robot garsonların olduğu bir yer değil. İnsanlar doğal yer istiyor, doğal ortam istiyor. (*Han Odası, Nevşehir*)

Hizmet genelde mekân çalışanlarının müşterilerle olan birebir ilişkileriyle açıklanır. Mekân idarecileri çalışanlarının müşterileriyle iyi ilişkiler kurmasının iyi hizmet açısından oldukça önemli olduğunu vurgulamaktadırlar. Görüşülen mekân idarecilerinin tamamı müşterilerini *misafir* olarak adlandırmaktadır. Misafir tanımlaması müşterilerine değer vermek ve çalışanlarının müşterilerini birer misafirmiş gibi ağırlaması için motivasyon sağlamaya yönelik olduğu görülmektedir. Alan çalışmasında hizmete yönelik kimlik öğelerinin genelde *misafirperverlik* kavramı etrafında şekillenmektedir. Görüşülen tüm mekânlarda idareciler hizmete yönelik olarak müşterilerimizi *kendi eviymiş gibi hissettirmeye çalışıyoruz* ve bizde *evimize misafir gelmişler gibi ağırlamaya çalışıyoruz* söylemleri doğrudan misafirperverlik kavramıyla ilişkilidir. Diğer taraftan gözlemlenen mekânlarda hizmet düşük standartta olduğu bir değişkendir. Mekânlarda aynı zaman dilimi içerisinde bile farklı masalarda hizmete yönelik farklılıklar göze çarpmaktadır.

Ortamın ruhu: Mekânın ortamı için “*biz nezih bir işletmeyiz, oldukça samimi bir ortam sunuyoruz*” gibi söylemler ortamın ruhuna yönelik bir kimlik oluşturma amaçlıdır. Mekânın atmosferi (tarihi, modern, postmodern vb.), yemeklerin yöresel, küresel veya mekâna özgü (yaratıcı) olması, kuruluş yeri (ulaşılabilirlik), hizmetin kalitesi, mekânın müşterileri gibi etmenlerin de kimliği etkilediği gözlemlenmektedir. Mekân idarecileri tarafından sıkça belirtilen “*biz burada sadece karın doyurmuyoruz*” söyleminin devamında “*lezzet katıyoruz, dinlendiriyoruz, eğlendiriyoruz, ortamda bulunmanın hazzını sağlıyoruz, eşsiz bir deneyim sunuyoruz*” gibi hazlara atıfta bulunulması; yemeğin biyolojik ihtiyacın ötesi yönüne yöneliktir. İnsanların biyolojik olarak yeme ihtiyacı göz ardı edilemez ancak mekânların kendilerini tanımlarken biz sadece insanların biyolojik ihtiyaçlarını karşılıyoruz demesi pek beklenecek bir şey değildir. Aşağıdaki mekân idarecisinin belirttiği üzere: “*Biz aile mekânınız gelen insanlara güzel yemekler eşliğinde hoş bir sohbet ortamı yaratırız*” betimlemesi mekânın atmosferiyle ilgilidir. Alan çalışmasında yapılan gözlemlerde müşterilerin mekânın atmosferini bilmeden içeri girmiş olsalar bile genelde mevcut atmosfere uyum sağladıkları gözlemlenmiştir. Uyum sağlamayacaklarını veya onlara göre olmadığını düşündüklerinde kapıdan döndükleri ya da fazla zaman geçirmeden mekândan ayrıldıkları görülmüştür.

Bizim işletmemizi alkollü olmasına karşın bir aile mekânı olarak tanımlıyorum. Çünkü biz; eşim, ben, kızım, çalıştığımız gibi, müşteri portföyümüzde daha çok ailelerden oluşuyor ve

daha çok yemek yemek ve sohbet etmek için gelen kişilerden oluşuyor. Zaten mekân odalardan oluştuğu için müzikli ve eğlenceli bir mekân olarak değil de yemek yiyip daha hafif bir müzikle insanların sohbet edip bir şeyler içip daha böyle bir, güzel yemek yiyelim muhabbet edelim o tarz dinlenelim anlamında bir mekân yani eğlenelim değil de dinlenelim anlamında bir mekân oluşturduk. (*Gusto Celepoğlu Konağı, Kırklareli*)

Yeme-içme mekânlarının idarecilerinin mekân atmosferiyle ilgili en çok kullandığı sıfatlar: *Samimi, nezih, kendi yeriymiş gibi, rahat, her kesime hitap eden, otantik, farklı ve moderndir*. Genelde bu sıfatlar sunulan yemekler ve hitap edilen müşteri kitlesiyle şekillenir. Örneğin, yöresel ev yemekleri sunan ve bölgesindeki esnafa hitap eden bir mekânın nezih olması pek beklenmez. Kısacası yemekler, sunulan atmosfer ve hitap edilen müşteri kitlesi yeme-içme mekânının kimlik tanımlamalarını oluşturan temel değişkenler olarak ele alınabilir.

“İşletmemiz çok böyle restorandan ziyade biraz daha lokanta varı görüyoruz. Bunu geliştirmek için bir restorana çevirmek için bir çabamız da yok açıkçası. Biraz daha buraya geldikleri zaman işte Ahmet abi hoş geldin, Mehmet abi hoş geldin, insanların kendi yerleriymiş gibi, çok rahat bir şekilde geliyorlar, ama restoranda bunu bulmak biraz daha zor, biraz daha resmiyet var, insanlar daha çok yemeğini yiyip gitme yönünde hareket ediyorlar. Burada daha çok böyle, burası bizim yerimiz gibi benimsemiş müşterilerimizle dolu” (Hacı Şükrü, Konya)

Mekânlar kimlik konusunda arzulanan bir duruma ulaşılmışsa o durumu muhafaza etmek, mekânı idare edenlerin üzerinde durduğu bir konudur. Yukarıdaki anlatımda samimi, hızlı servisin yapıldığı ve özellikle müşterilerinin kendinden bir yer olarak gördüğü bir mekân kimliği oluşturulduğu ve bu kimlik korunmaya aksi olmadıkça pek müdahil olunmamaya çalışıldığı anlaşılmaktadır. Yukarıdaki betimleme ve görüşmelerde sıklıkla söz edilen bir konu da restoran ve lokanta kavramlarının Türk Dil Kurumuna göre aynı anlama sahip olmasına rağmen, idareciler tarafından farklı anlamlar yüklenmesidir. Kısacası “*biz bir restoranız*” demekle “*biz bir lokantayız*” demek arasında bazı farklar olduğu gözlemlenmektedir. Yeme-içme mekânlarının idarecileri restoranlara lokantalara kıyasla daha pahalı, resmi, büyük, küresel gibi anlamlar yüklerken lokantalara tam aksi anlamlar yüklemektedirler. Bu bağlamda kendini bir lokanta olarak tanımlayan mekânlarla restoran olarak tanımlayan mekânlar arasında net kimlik farklılıkları söz konusudur.

4.2.1. Yeme-içme mekânlarının şekilsel farklılıkları

Alan çalışmasında bütüncül bakış açısıyla iki farklı şekilde yeme-içme mekânı biçimiyle karşılaşılmıştır. Bunlar: “*ürün odaklı mekânlar*” ve “*ortam odaklı mekânlar*” olarak ele alınabilir. Ürün odaklı mekânlar, lezzeti merkeze koyan ve tüm süreçleri ona yönelik şekillendiren yeme-içme mekânlarıdır. Ortam odaklı mekânlarda ise merkeze ortamın ruhu konulmaktadır. Ancak belirtilmelidir ki yeme-içme mekânları için lezzet ve ortam karşıtlığının net bir şekilde ayrıldığını söylemek doğru olmayacaktır. Bazı mekânlar ağırlık noktasını yemeklere bazıları ise ortamın ruhuna göre şekillendirmektedir. Ürün odaklı mekânlarda ana farklılık unsurunun, yemeğin hazırlanılmasına odaklanılması olduğu görülmüştür. Yemek müşterilerin gözünün önünde hazırlanmakta ve her zaman mekânın odak noktasında tutulmaya çalışılmaktadır. Ortam odaklı mekânlarda ise bunun aksine genelde yemeğin hazırlanış aşamaları müşteriler tarafından pek görünmemekte ve mekân atmosferinin en az yemeğin kendisi kadar önemli bir yerde tutulmaktadır. Ürün odaklı mekânlarda görsellik ve estetikten çok yemeğin lezzeti önemlidir. Mekânların ortamı salaşır ve çalışanlar samimidir. Atmosfer odaklı mekânlarda ise bunun aksine görsellik ve estetik önemlidir. Mekân ortamı nezihtir ve çalışanlar daha resmidir. Diğer taraftan ürün odaklı mekânların büyük oranda öğle yemeklerine, ortam odaklı mekânların ise akşam yemeklerine yoğunlaştığı görülmektedir.

Alan çalışmasında gözlemlenen ortam odaklı mekânların bazı istisnalar dışında (örneğin tematik kurgulu mekânlar) birbirine oldukça benzer mekânlar olduğu söylenebilir. Diğer taraftan ürün odaklı mekânlar destinasyonlara özgü olarak farklılaşmışlardır. Bazı destinasyonların kendine özgü yönlerinden biri olarak dikkat çeken konu normal şartlarda yeme-içme mekânı olarak ele alınamayacak yerlerin o destinasyona özgü olarak kendi işlerine ek olarak tam teşekküllü sayılabilecek yeme-içme mekânı olarak hizmet vermeleridir. Bu mekânlar tamamen ürün odaklı mekânlardır. Örneğin, Antakya’da bazı kasaplar ve Trabzon’da bazı fırınlar aynı zamanda yeme-içme mekânı olarak hizmet vermektedir. Bu farklılık tarihsel süreç içinde bu şekilde gelişmiş ve bu mekânlar hem temel işlerinin özelliklerine hem de yeme-içme mekânı özelliklerine sahip mekânlar olarak kabul görmüşlerdir. Destinasyonlar açısından bu özgünlük oldukça önemli bir farklılık olarak ele alınabilir. Çünkü burada bahsedilen sadece içerik değişikliği değil aynı zamanda hem küresel hem de ulusal anlamdaki yeme-içme mekânı tanımında oluşan şekilsel değişikliktir. Örneğin,

kasaplar kısaca ele alınırsa küresel ve ulusal anlamıyla etin işlenip, satıldığı yerken, Antakya’da bunun yanında bir yeme-içme mekânının tüm özelliklerini taşıyan mekân olarak görülür. Benzer şekilde Trabzon’da fırınlar için aynı şeyler söylenebilir.



Görsel 4.4. *Trabzon Rüştü'nün Fırını: Yeme-içme mekânı olarak hizmet verir.*

Tamamen destinasyona özgü olarak şekillenmiş bu tarz yeme-içme mekânları genelde sadece destinasyonla özdeşleşmiş, ev dışında yapılan yöresel yemekleri sunmaktadırlar. Trabzon’daki fırınlar Trabzon pideleri, Antakya’daki kasaplar ise tepsi ve kâğıt kebabı yapmaktadır. Bu yemeklerin bu tarz mekânlarda yapılması veya pişirilmesi yerel halk için oldukça pratik olduğu görülmüştür. Eğer evde bir taş fırınınız yoksa usulüne uygun olarak kâğıt kebabını yapmak imkânsızdır. Antakya’da yöre halkı günümüzde halen devam eden bir şekilde evden et hariç bütün malzemelerini götürür (malzemeleri götürmeyenler için bu malzemeler kasapta da bulunur), kasaptan etini seçer ve kasap onun için satırla malzemeleri ve eti kıyarak kebabı hazırlar ve fırına atar. Pişen kebab kasaptan alınıp eve götürülür. Bu uygulama zaman içerisinde daha da pratikleşerek mekânlara masa ve sandalyeler konulması, kebabların içinde yer alan tüm malzemelerin bulundurulmasıyla kasapların aynı zamanda tam teşekküllü bir yeme-içme mekânına dönüşmesi sonucunu doğurmuştur. Burada önemli olan bir bakıma yeme-içme mekânına dönüşen kasapların, dönüşümden önceki hizmetlerini de halen devam ettirmeleridir. Kısacası bu mekânlar kasap olmanın yanında, evden getirilenlerin hazırlanması ve/veya pişirilmesi işlemleri ve yeme-içme mekânı olarak da hizmet vermektedirler. Trabzon’daki fırınlarda ise halen devam eden uygulamada evde istenilen pide içi hazırlanır, fırına götürülür, fırıncı pide hamurunu açar, pideyi

hazırlayıp fırında pişirir ve pide eve götürülür. Zaman içerisinde Trabzon’da bazı fırınlar, Antakya’daki kasaplar gibi mekâna masalar ve sandalyeler yerleştirmiş ve farklı çeşitlerde pide içleri hazırlayarak pişirdikleri pideleri servis etmişlerdir. Kasap ve fırınların yaptığı bu uygulamalar daha önce bahsedildiği gibi yeme-içme mekânlarına yönelik şekilsel anlamda bir farklılığı ortaya koymaktadır.

4.2.2. Yeme-içme mekânlarının kuruluş yeri ve mimarisi

Yeme-içme mekânlarının kuruluş yerleri ve mimarilerine yönelik gözlemlerde; destinasyonlarda bulunan yeme-içme mekânlarının kuruluş yerlerine, mimari yaklaşımlarına ve sahip oldukları alanlara yönelik bulgulara yer verilecektir.

Alan çalışmasına dâhil edilen yöresel yemekler sunan ürün odaklı mekânların dışında kalanlar kolay ulaşılabilir değildirler. Ayrıca dışarıdan bakılınca pek davetkâr olduklarını söylemek zordur. Mekânların giriş kapılarının bulunması, hizmet verip vermediklerinin dışarıdan bakılınca anlaşılması kolay değildir. Bu pek de davetkâr olmayan yapı müşterilerinin önceden mekânı bilenler, birileri tarafından önerilerek yönlendirilenler veya önceden bir şekilde araştıranlar olduğunu bize göstermektedir. Örneğin İzmir’de bulunan Fırın Vourla’nın kapsında tabela bile bulunmamaktadır. Dışarıdan bakan veya önünden geçen birinin mekânın bir yeme-içme mekânı olduğunu anlaması oldukça zor olduğu söylenebilir. Benzer şekilde Antakya’da Konak Restoran şehrin ara sokaklarında bulunur ve mekâna girmek için birbirinden uzak iki farklı kapıdan geçmek gerekir.



Görsel 4.5. İzmir Fırın Vourla: Dıştan görünüm.

Kuruluş yerinin yeme-içme mekânlarının müşteri portföyüyle birebir ilişkili olduğunu söylemek mümkündür. Örneğin, esnaf lokantalarının şehrin çarşı merkezinde,

turistlere yönelik bir yeme-içme mekânının destinasyonun turistik bölgelerinde olduğu görülmüştür. Görüşülen yeme-içme mekânlarından en eski tarihte kurulmuş olanları ise doğal olarak destinasyonların en merkezi yerlerindedirler (Trabzon Tarihi Kalkanoğlu Pilavcısı ve Rüştü'nün fırını, Konya Hacı Şükrü, Antakya Pöç Kasabı ve Antakya Sultan Sofrası). Bu mekânlar artık destinasyonla özdeşleşmiş ve destinasyon imajının bir parçası haline geldiği söylenebilir.

Kuruluş yeri olarak tarihi evlerin ve konakların seçilmesi özellikle son 10 yılda açılan mekânlar için sıkça karşılaşılan bir durumdur (örneğin, Antakya Konak ve Avlu restoran, Kırklareli Gusto Celepoğlu Restoran, İzmir Fırın Vourla, Konya Somatçı Fi Hi ma Fih). Tarihi konak ve evlerin otantik bir ortam sunması ve özellikle turistik bölgelere kolay ulaşılabilir olması yeme-içme mekânı olarak kullanılmasında önemli rol oynamaktadır. Alan çalışmalarının gerçekleştirildiği tüm destinasyonlarda bu tarzda en az bir mekânla karşılaşılmıştır. Özellikle son yıllarda hizmete giren bu tarz mekânların sıklığı bu yönde bir modanın, furyanın olduğunu bize göstermektedir. Bir bakıma bu furyaya benzer şekilde tarihi evlerin mimarisi örnek alınarak yeni inşa edilmiş bir yeme-içme mekânıyla da karşılaşılmıştır (Nevşehir, Han Odası Saklı Bahçe).



Görsel 4.6. Kırklareli Gusto Celepoğlu Konağı: 1908 yılında inşa edilmiştir

Evin içindeki özelliklerden biri kerpiç yapı olması tamamen Osmanlı ve Konya tarihsel evlerinin birebir aynısıdır. Hala duvarlarında samanlı çamur sıva ve kendi boyası, kireci diyeyim biz değiştirmiyoruz pek fazla. Hiçbir orijinallikten değiştirme yapmadık. (*Somatçı fihi ma fih, Konya*)

Biz burayı aldığımızda harabeydi. Bir defa yangın atlatmış. Onun haricinde iki yıllık bir restorasyon süreci geçti burada. İki yıldır da biz işletme olarak faal bir durumda restoran hizmeti veriyoruz burada. (*Konak, Antakya*)

Yukarıdaki betimlemelerde görüldüğü üzere bu uygulamanın tarihi mekânların restorasyonu ve korunması açısından faydalı olduğunu söylemek mümkündür. Görüşülen bu tarz mekânların idarecileri, yapacakları en ufak işlemin yasal olarak izinsiz yapılmayacağını ve ortamın otantikliğinin bozulmaması için zaten kendilerinin mekânların orijinallliğini değiştirmediklerini belirtmişlerdir. Ayrıca harabe ve terk edilmiş olan bazı tarihi evlerin de orijinaline yakın olarak yeniden inşası sağlanmıştır.



Görsel 4.7. *Nevşehir Han Odası: 2000 yılında inşa edilmiştir.*

Bunun yanında yeme-içme mekânları içinde müşteri başına düşen alan da önemlidir. Müşterilerin fazla zaman geçireceği genelde atmosfer odaklı mekânlar geniş ve rahat iken daha hızlı servis yapan ve kısa zaman geçirilen ürün odaklı mekânların daha kısıtlı alana sahip olduğu görülmüştür.



Görsel 4.8. *Kabalka, Kırklareli: Geniş ve rahat ortam. Kalkanoğlu Pilavı, Trabzon: Daha kısıtlı alan.*

Şehrin merkezi yerlerinde yani eski şehir denilen bölgelerde kurulu mekânlar genelde daha kısıtlı alana sahiptirler. Mevcut alanlardan mümkün olduğunca

faydalanılmaya çalışmaktadırlar. Alan yetersizliğinden bazı ürün odaklı mekânların önünde bekleyen müşterilerin oluşturduğu sıralar görülebilir. Şehir merkezlerindeki sıkışıklık ve hızlı hareket etme hissiyatı bu mekânlara da yansımıştır. Bu mekânlarda genelde daha hızlı servis edilen, yani sipariştten sonra bekleme süresi daha az olan yemekler sunulmaktadır. Müşteriler bu tarz merkezi mekânları genelde öğle yemeğinde ziyaret etmekte ve mekânda daha kısa zaman harcamaktadırlar. Bunun tam aksine merkezi olmayan mekânların genelde daha geniş alana sahip olduğu gözlemlenmiştir. Sandalyeler daha konforludur ve ailelere hitap eden mekânlarda, küçük de olsa çocukların zaman geçireceği alanlar vardır. Müşteriler, merkezi mekânlara göre daha fazla zaman geçirmekte ve büyük oranda akşam yemeklerinde bu mekânları ziyaret etmektedirler. Yemekler merkezi mekânlara göre daha yavaş servis edilmekte, müşteriler de yemeklerini daha yavaş tüketmektedirler.

4.2.3. Yeme-içme mekânlarının müşterileri

Yeme-içme mekânlarının müşterilerinin kimler olduğu mekânları şekillendiren değişkenlerden biridir. Yeme-içme mekânı idarecilerinin hitap ettikleri müşterileri az çok bildikleri ve ona göre davranmaya çalıştıkları alan çalışmasında gözlemlenmiştir. Yeme-içme mekânında yapılacak herhangi bir olası değişimde (yemek, atmosfer vb.) ele alınan konulardan en önemlisinin müşterilerin beğenip beğenmeyeceği olduğu idareciler tarafından sıkça vurgulanmıştır. İdarecilerin müşterileri tanımlarken genelde yerel halk, yerli turist ve yabancı müşteri şeklinde üçe ayırma eğiliminde olduğu görülmüştür. Tanımladıkları bu grupları kendi içinde detaylandırmayı da ihmal etmemektedirler. Yerel halk için, *elit kesim*, *şehrin ileri gelenleri*, *memur kesimi* gibi sıfatlar kullanılmaktadır. Yerel halk için bir sınıfsal ayırım yapıldığı görülmektedir. Diğer taraftan yerli ve yabancı turistler için ise sınıfsal bir farklılaşmanın yapıldığı gözlemlenmemiştir. Yerli ve yabancı turistler için yapılan tanımlamalar daha çok nereden geldikleriyle ilgilidir. Turistler tanımlanırken geldiği bölgelere göre bir ayırım yapılır. *Büyük şehirlerden*, *Uzak Doğu'dan gelen* müşteriler gibi tamlamalar kullanılmaktadır.

..bayağı yabancı müşterisi de var, yerli müşterisi de var %50'lik bir ortalama. (Avlu Restoran, Antakya)

Şöyle yerlimiz de yabancımız da var, yerli turistlerimiz de oluyor. Önceden büyük gruplar ağırlyorduk rehberlerimiz gruplar getiriyordu. Yerli dışardan İstanbul'dan Ankara'da,

Kayseri'den gelen misafirler ağırlıyoruz. Bizim için kesim şu demiyorum çünkü her kesimden insanlar ağırlıyoruz. (*Kadın Girişimcileri Kooperatifi Restoran, Nevşehir*)

Yukardaki betimlemelerde ve bunlar gibi birçok örneğinde belirtildiği üzere alan çalışmasına dâhil edilen mekânların neredeyse hepsinde müşterilerin önemli bir kısmı yerel halktır. Gastronomi turistlerinin de yerel halkın tercih etmediği mekânları pek tercih etmediği görülmüştür. Bu bağlamda yerel halkın tercihi olmak, mekânlar için oldukça önemlidir. Mekân müşterilerinin genelde yerli halk olmasının mekânlarda sunulan yemeği nasıl etkilediği üzerine bulgulara menüler bölümünde değinilecektir.

İdarecilerin yerli turistleri destinasyonlara göre farklılık gösterebilmesiyle beraber genelde turlar eşliğinde gelen müşteriler olarak ele aldığı görülmüştür. Bireysel olarak mekânı ziyaret eden yerli turistler, idareciler tarafından turist olarak değerlendirilmemektedir. Bu bağlamda turist algısı genelde yabancı turist ve turlar aracılığıyla gelen müşteriler üzerine yoğunlaşmıştır. Farklılaştırma tanımı ise yukarıda bahsedildiği gibi geline bölgeyle sağlanmaktadır. Turlarla gelen turistlerle mekân idarecileri arasında iletişim bir rehber aracılığıyla sağlanmakta ve mekân idarecileri turları ve dolayısıyla müşterilerini geldikleri bölgeye göre tanımlamak zorunda kalmaktadır.

4.2.4. Yeme-içme mekânlarının övünç kaynakları

Yeme-içme mekânları küresel anlamda Michelin yıldızları alma gibi bir değerlendirme sistemi aracılığıyla değerlendirilirler. Ancak Türkiye'de bazı çalışmalar söz konusu olsa da (*İncili Gastronomi Rehberi* gibi) henüz yaygınlaşmış bir sistem mevcut değildir. Yeme-içme mekânlarının idarecileri, bu değerlendirme sistemi eksikliğini gidermeye çalışmış gibi bir takım farklı yollarla kendilerinin en iyi mekânlar arasında olduğunu gösterme çabası içinde olduğu alan çalışmasında sıkça karşılaşmıştır. Bu yolların; basın değerlendirmeleri (yemek eleştirmenlerinin ve televizyon yemek konulu programların ziyaretleri, gazete yazıları), ağırlanan ünlüler, çevrimiçi değerlendirme sitelerinden alınan başarılar ve sözlü övünç kaynakları (mekâna ulaşmak için çekilen zahmet, şehrin ileri gelenlerinin ziyaret ettiği ve misafirlerin ağırlandığı mekân olmak) olarak belirlenmiştir. Yeme-içme mekânları kimliklerini aldıkları bu övünçlerle pekiştirmeye çalışmaktadırlar. Mekân idarecileri için bu başarıların birer övünç kaynağı olduğu gözlemlenmiştir.

İlk olarak ele alınabilecek durum, özellikle ulusal ve yerel basında tanınan yeme-içme eleştirmenlerinin destinasyondaki onca mekân arasından onları seçmesi, ziyaret etmesi, tanıtmasıdır. Bu tür geziler tanıtımlarının sağlanması dışında idareciler için bir övünç kaynağı ve zaferdir. İdareciler bu durumdan sıklıkla bahsetmekte ve mekânlarının yeme-içme eleştirmenlerinin ziyaret ettiği mekânlar olarak anılmasından gurur duydukları görülmektedir. Bu ziyaretlerin fotoğrafları ve basında yer alan yazıların örneklerini mekânlarının en görünen yerlerine asılmaktadır.



Görsel 4.2. Antakya Pöç Kasabı: Yemek eleştirmenlerinin ziyaret fotoğraflarının duvara asılması.

Alan çalışmasında mekânların duvarlarına asılanlarla ilgili benzer birçok durum gözlemlenmiştir. Mekânların duvarlarına asılanların arasında yer alan diğer bir övünç kaynağı da ünlülerin mekânı ziyaretleridir. Herhangi bir ünlü o mekânda yemek yediğinde fotoğraf çektirilmekte ve mekânın duvarına asılmaktadır. Bu fotoğrafların boyutu ünlülerin bilinirlik seviyesi arttıkça büyümekte ve daha görünür yerlere asılmaktadır. Burada anlatılmak istenen, ünlülerin bile tercih ettiği mekân olarak anılmak istemeleridir.

Ulusal basında yer alan ve mekânı öven haberler de duvara asılanlardandır. Basında yer alan ve genelde “en iyi on et restoranı” , “en iyi kuru fasulye mekânları” gibi değerlendirmelere girmenin veya sadece mekân hakkında yazılan bir yazının bulunması yine önemli bir övünç kaynağı olduğu görülmüştür. Çevrimiçi platformların değerlendirmelerinde en çok önerilenlerin arasına girmek de söz edilmesi gereken diğer bir övünç kaynağıdır. Bu platformlardan elde edilen belgeler yine mekânın görünen

yerlerine asılmaktadır. Yukarıda bahsedilen duvarlara asılanlar hem tanıtım amacıyla kullanılmakta hem de mekânın bu şekilde anılması istenmektedir. Bahsedilen duvara asılanlarla ziyaret ettiği yeme-içme mekânında karşılaşmanın, müşterilerin de oldukça hoşuna gittiği gözlemlenmiştir. Müşterilerin duvara asılanlar hakkında konuşması ve duvara asılanların fotoğrafını çekmesiyle alan çalışmasında sıklıkla karşılaşmıştır. Ayrıca müşteriler önceki ziyaret ettikleri mekânlarda yaşadıkları deneyimle ilgili konuşurken, duvara asılanlardan her fırsatta bahsetmektedirler

Mekânların duvarlarına asılanlar olarak ele alınan bu övünç kaynakları aynı zamanda mekân dekorasyonunda dikkat çekici düzeyde bir aynışmaya yol açmaktadır. Neredeyse her mekânda sıklıkla görünür hale gelmiştir. Yeme-içme mekânları için sadece duvarlara asılanların övünç kaynağı olduğunu söylenemez. Bir takım sözlü durumların da oldukça önemli övünç kaynakları olduğu sıklıkla görülmektedir.



Görsel 4.3. Konya Somaççı FiHi Ma Fih: Ünlülerin ziyaretlerinin ve yazılı basın haberlerinin görselleri.

Müşterilerin mekâna ulaşmak için ne kadar zahmete katıldığı söz edilebilecek ilk durumdur. Mekânların idarecileri sık sık il dışından sadece o mekânın yemeğini yemek için gelen müşterilerden bahsetmektedirler. Özellikle yurt içinde yer alan büyük şehirleri belirterek oralardan sadece yemek yemeğe gününbirlik gelen müşterileri olmasıyla gurur duymaktadırlar. Yaptıkları yemek uğruna o kadar fazla zahmet çekilebilecek mekân olarak anılmak istemektedirler.

Konya'dan özellikle gününbirlik üç dört arkadaş uçakla İstanbul'a, İstanbul'dan karayoluyla buraya gelip köfte yiyip tekrardan Konya'ya dönüyorlar. Sırf köfte yemeye bu şekil gelen müşterilerimiz var yani. (Ahmetbey Bahar Köftecisi, Kırklareli)

Bizim İstanbul, Kayseri, İzmir, Ankara ve çeşitli yerlerden özellikle havaalanı açıldıktan sonra sırf yemek yemeye gelen misafirlerimiz de vardır. (*Anadolu Restoran, Antakya*)

Mekânların idarecilerinin söz ettiği bir konu da şehrin ileri gelenlerinin sık sık ziyaret ettiği ve yerel halkın il dışından gelen misafirlerini getirdikleri mekân olmanın önemidir. Özellikle destinasyonda yaşayan mülki idare amirleri, iş insanları gibi şehrin ileri gelenlerinin mekânı tercih etmesi ve il dışından gelen misafirlerini o mekâna götürüp yemek yedirmesi mekân idarecileri için övünç kaynağı olduğu görülmüştür. Misafirlerin ağırlanması konusu sadece şehrin ileri gelenleri için değil, genel olarak yerel halkın gelen misafirlerini, misafir ettikleri mekân olmak yeme-içme mekânlarının idarecileri için bir övünç kaynağıdır. Kendilerini şehrin ileri gelenlerinin tercih ettiği ve misafirlerin ağırlandığı mekân olarak betimlemekten hoşnut olmaktadır.

4.2.5. Yeme-içme mekânlarının menüleri

Yeme-içme mekânları, bütüncül bakış açısıyla şehir sakinlerinin ve ziyaretçilerinin yeme-içme pratiklerini ve tercihlerini yansıtmaya, özelde ise kendilerini rekabet içinde oldukları diğer yeme-içme mekânlarından farklılaştırdığı yönler göze çarpmaktadır. Yeme-içme mekânlarının idarecileri menülerinin içeriğini belirlerken işletme açılışında destinasyonda talep edilecek, kendini diğer mekânlardan farklılaştıracak ve yetenekleriyle örtüşen yemekler belirlemekte zamanla bu menüyü müşteri talepleri, maliyet ve malzemelere ulaşılabilirlik (mevsimsellik vb.) bağlamında değiştirmekte olduğu görülmektedir.

Menüyü düzenlerken hızlı, bizi yormayacak, müşteriye bekletmeyecek şekilde ve pazardan ihtiyacım olduğu zaman gidip alabileceğim tarzda şeyleri koydum. Örneğin, menüye koyarken burada bulunmayan Kayseri’de bulunan bir şeyi koymadım. Çünkü bu beni zor duruma koyar. (*Zeytin Ev Yemekleri, Nevşehir*)

Menüyü müşteriler belirledi inanın. Köfte yapsana, mantı yapsana, yaprak sarsana şunu yapsana derken menü çoğalmaya başladı. Biz de onları fikirlerine her zaman için saygı duyduk. Gerçekten bizim için çok değerliler onlar ne dediyse biz onları yapmaya çalıştık derken belli bir menü oturdu. (*Kadın Girişimcileri Kooperatifi Restoran, Nevşehir*)

Ancak mekân idarecilerinin üzerinde durduğu ana etken müşterilerin talepleridir. İdarecilere göre müşteriler menüyü geliştirmekte veya değiştirmektedir. Önceden bahsedildiği üzere yeme-içme mekânlarını şekillendiren değişkenlerden biri de mekânda sunulan yemeklerdir. Sunulan yemeklerin ne olduğu hakkında müşterilere bilgi vermenin yöntemi de menüler hazırlamaktır.

Menülerle ilgili olarak yeme-içme mekânlarının *menülerini sunuluş şekilleri, menülerin içerikleri, yemeklerin isimlendirilmesi ve menülerde yöresel yemeklerin sunumuna yönelik bulgulara* yer verilecektir.

4.2.5.1. Menülerin sunuluş şekli

Alan çalışmasında gözlemlenen yeme-içme mekânlarındaki yemekleri belirtmek amacıyla menü olarak tek başına veya beraber kullanılan sunuş şekillerine yönelik bulgular verilecektir. Bunlar: *Basılı menüler, tabela menüler, vitrin menüler ve sözlü menülerdir.*

Her gün farklı yemekler sunan mekânların dışında neredeyse tüm mekânlarda klasik basılı şekilde menü bulunduğu görülmüştür. Basılı menülerde mekânda sunulan tüm yemekler basılı bir araçla (genelde kâğıt üzerine basılmış) müşteriye sunulmaktadır. Müşteriler bu menüyü okuyarak, istediklerini servis görevlisine söylemektedir. Bu tarz menülerin en büyük kısıtı sürekli değiştirilmeye müsait olmamasıdır. Yani belirli zamanlara özel (haftanın bazı günleri, mevsimsel, özel yemekler) yapılan yemeklerin basılı menüde belirtilmesi beklenmez. Eğer herhangi bir yemek menüde olmasına rağmen mekânda o anda sunulmuyorsa mekânın imajını olumsuz etkilediği görüşmelerde idareciler tarafından vurgulanmaktadır. Ayrıca, her ne kadar basılı menüler bulunsa da yemeklerin servis görevlileri tarafından detaylı olarak anlatıldığı, müşteri sorularının cevaplandığı görülmüştür. Bu detaylandırmalar basılı menülerin bir bakıma kısıtlı olduğunu göstermektedir. Hatta basılı menülerin detaylı olduğu mekânlarda bile (yemeklerle birlikte yemek içeriklerinin yazılı olduğu menüler gibi) müşterilerin yine de sipariş edecekleri muhtemel yemekler hakkında sorular sorduğu görülmüştür.

Gözlemlenen diğer bir menü çeşidi ise tabela menülerdir. Bu menüler basılı veya günlük olarak değiştirilebilen (yazılı tahta şeklinde) mekânların genelde kapısının önünde yer alan tabela şeklinde menülerdir. Genelde yeme-içme mekânlarının yoğun olduğu merkezi yerlerde olan mekânlarda karşılaşılmıştır. Tabela menüler; mekânın önünden geçen civarda yemek yiyecek bir mekân arayan, muhtemel müşterilere yönelik, mekândaki yemekler hakkında bilgi verme amacıyla kullanılmaktadır. Genelde tüm menü yer almaz, sadece dikkat çekecek yemekler ve bazen de bu yemeklerin fiyatları yer almaktadır. Günlük değiştirilebilen, elle yazılı olan tabela menülere ise o gün için sunulan yemekler yazılmaktadır. Gün içinde menüde meydana gelebilecek

değişiklikler de hızlıca yazılı tabela menüye yansıtılabilir. Yazılı tabela menüler oldukça esnekler.



METANET LOKANTASI	
FİYAT LİSTESİ	
BEYRAN	18.00
ÇORBA	8.00
KUŞBAŞI	30.00
KIYMA	30.00
PATLICANLI	32.00
TAVUK ŞİŞ	20.00
LAHMACUN	6.00
SALATA	3.00
CACIK	4.00
AYRAN	2.00
KOLA	3.00
(KEBAPLARIMIZ 200 gr)	

Görsel 4.9. Gaziantep Metanet Beyran Salonu: Tabela menü

Karşılaşılan diğerk bir menü çeşidi ise kısaca vitrin menüler denilebilecek menülerdir. Pişirilmeye hazır veya pişirilmiş yemeklerin önü ve/veya üstü camlı olarak kapalı bir vitrinde sunumu şeklindedir. Eğer bu vitrinlerde yemek pişirilmeye hazır şekildeyse taze tutulması için soğutma yapan, pişmiş yemeklerde ise sıcaklığının korunması için alttan benmari usulü ısıtma yapılan vitrinler kullanılmaktadır. Bu tarz menüler genelde iki farklı yerde karşımıza çıkar. İlk olarak yeme-içme mekânlarının mutfağını salona bağlayan yerde, yani mutfağın salona bakan bölümünün hemen önünde yer almaktadır. Burada yer alan vitrin menülerde hem pişmiş hem de pişmeye hazır yemeklerin sunulduğu görülmüştür. Genelde pişmiş yemekler olarak ev yemekleri, pişmeye hazır olanlar ise kebab ve balık çeşitleri sunan mekânlarda karşılaşılmıştır. Müşteriler mekâna girince genelde ilk olarak bu bölüme gelir, yemeklere bakar, eğer varsa oradaki aşçıya sorularını sorar, siparişini verir veya masasına oturur ve servis görevlisine siparişini verir. Vitrin menülerinin diğerk konulduğu yer ise mekânın dışarıya bakan kısmıdır. Genelde mekânın dışarıya bakan kısmında ve muhtemel müşterilerin en sık geçtiği yerdedir. Pişmeye hazır yemekler bu vitrinde sergilenmektedir. Özellikle balık ve kebab çeşitleri sunulan mekânlarda karşılaşılmıştır. Vitrin menüler, balıklar veya kırmızı ve beyaz etin tazeliğini, kalitesini göstermek için müşterilerin rahatça göreceği şekilde sunulmaktadır. Sipariş verilince aşçı vitrinden balığı veya eti alır, pişirir ve müşteriye servis edilir. Vitrin menülerinin müşterilere yemek hakkında en

detaylı bilgiyi veren menüler olduğu görölmüştür. Müşteriler yemeği görmekte ve eğer yemek pişmişse sipariştten önce yemeğin kokusunu alabilmekte, ısı ve kıvamını hissedebilmekte ayrıca tadına bakma şansına bile sahip olabilmektedir. Ancak, vitrin menülerde her çeşit yemeğin bulunması mümkün değildir. Sadece bazı yemeklerin sergilenmesine olanak vermektedir. Ayrıca önceden pişirilmiş yemeklerde müşterilerin bu yemeklerin içeriğinde değişiklik yapma ve pişme derecesini değiştirme hakkı da yoktur. Örneğin daha az pişmiş veya daha az yağlı pişirilmesini talep edememekte, sadece tabağına yağsız tarafından konulmasını isteyebilmektedir.



Görsel 4.10. *Trabzon Zeki Usta Balık: Soğuk vitrin menü*

Söz edilmesi gereken bir diğer menü çeşidi de sözlü menülerdir. Bu tarz menüleri kullanan mekânların herhangi bir yazılı veya görsel menüsü yoktur. Menü, servis görevlisinin anlattığı yemeklerdir. Müşteriler mekâna girer, masasına oturur ve servis görevlisi menüde ne varsa müşterilere tanıtır ve müşterilerin sorularını cevaplayarak siparişı alır. Bu tarz sözlü menülerin kullanıldığı mekânlarda genelde az sayıda yemek vardır. Sözlü menü kullanan mekânlarda menünün anlatılmasının fazla zaman almadığı ve müşterilerinin önemli bir kısmı menüyü zaten bilen, sürekli müşteriler olduğu gözlemlenmiştir. Günlük yapılacak yemekler bağlamında sözlü menü kullanan mekânlar esnek olma imkânına sahiptirler. Günlük hatta öğünlük olarak bile mekânda sunulan yemekleri değiştirme olanağı sağlamaktadır. Mekânlar açısından yemekler hakkında detaylı bilgiye sahip servis görevlisine ihtiyaç vardır. Servis görevlisi anlaşılır şekilde konuşmalıdır. Hızlı konuşan veya şiveli şekilde konuşan servis görevlisi, müşterilerin menüyü anlamasını oldukça zorlaştıracaktır. Diğer

tarafından servis görevlisi, müşterinin sipariş verilmesini istediği yemekler varsa onları müşteriye daha detaylı anlatarak ve önererek müşterileri o yemeklere yönltebilmektedir.

Alan çalışmaları esnasında karşılaşılan ve yukarıda verilen menülerin her mekânda sadece birinin kullanıldığını söylemek doğru değildir. Bu menüler tek başına veya birkaçının bir arada kullanıldığı görülmüştür. Örneğin vitrin menü kullanan birçok mekân sözlü menü de kullanmaktadır. Böylece tek bir çeşit menüye sahip olmanın yarattığı olumsuzlukları ortadan kaldırılmakta ve müşterilerine yemekler hakkında detaylı bilgiler sunma imkânı sağlanmaktadır. Örneğin; basılı menü kullanan bir mekânın bu menüyü her gün değiştirme imkânı yoktur. Mekânda sürekli sunulan yemekler bu basılı menüde, mevsimsel veya günlük yapılan yemekler ise sözlü menü yardımıyla sunulmaktadır.

4.2.5.2. Menülerin içeriği

Menü içeriğinin iki odakta ele alındığı görülmüştür. Bunlar; sunulan yemeklerin niteliği (yöresel, ulusal vb.) ve müşterilerin beklentilerine göre yapılan düzenlemelerdir (set menü, olmazsa olmaz yemekler vb.).

Yeme-içme mekânlarının menülerinde sunulan yemeklerin niteliği yani hangi tarzda yemeklerin bulunduğu ilk olarak ele alınacaktır. Alan çalışmasına dâhil edilen yeme-içme mekânlarında karşılaşılan menülerin bütüncül bakış açısıyla bakıldığında sadece *tek yemeğin baskın olduğu menüler, yöresel yemeklerin ağırlıklı olduğu menüler, tematik yemeklerin ağırlıklı olduğu menüler, ulusal yemeklerin ağırlıklı olduğu menüler* ve yöresel, ulusal ve küresel yemeklerin beraber sunulduğu *karma menüler* olduğu görülmüştür.

Tek yemeğin baskın olduğu menülere örnek olarak Trabzon'da Rüştü'nün Fırını'nda sadece pideler, Kalkanoğlu Pilavcısında sadece pilav, benzer şekilde Konya'da Hacı Şükrü'de ana yemek olarak sadece fırın kebabı vardır. Bu tarz menüler genelde uzun süredir hizmet veren mekânlarda görülmektedir. Müşteriler o mekânlara sadece belirli bir yemeği tatmak için gelmektedirler. Tek yemeğin baskın olduğu mekânlar genelde isimlerine, sunulan baskın yemeği ekleyerek o yemekle tanınmakta ve anılmaktadırlar. Metanet Beyran Salonu, Kalkanoğlu Pilavcısı ve Hacı Şükrü Fırın Kebabı sunulan baskın yemeklerin mekân isimlerine yansımaya örnek olarak verilebilir.

Tek yemeğin baskın olduğu mekânlarla ilgili söylenmesi gereken önemli bir konu uzun yıllardır menülerinde hiçbir değişim yapılmamasına rağmen bazı toplumsal değişimlere cevap vermek adına kısıtlı da olsa menülerde değişime gitmişlerdir. Örneğin Kalkanoğlu Pilavcısı'nda pilav üzerinde isteğe göre kavurma ile sunulmaktadır. Ancak son yıllarda sadece pilavın pek tercih edilmemesinden dolayı vejetaryenler için menüye etsiz kuru fasulye eklenmiştir. Benzer şekilde sadece fırın kebabının bazı müşterilere ağır gelmesinden dolayı Hacı Şükrü'de fırın kebabının öncesine mideyi yemeğe hazırlamak için menüye bamya çorbası eklenmiştir.

Aslında bizim menümüzde bugüne kadar yani yıl 2012'ye kadar sadece fırın kebabı vardı. Hemen kebabın yenmeden önce midedeki kuruluğu gidermek için o hassasiyeti, az bamya çorbasını koymaya başladık. Bu inanılmaz anlamda tuttu inanılmaz anlamda kebabla birleşti. *(Hacı Şükrü, Konya)*

Et yemeyelim, vejetaryen dediğimiz müşterilerimiz oluyor halbuki pilav içinde et suyu içine et koyuyoruz pilav et yemem pilavda yalnız kalıyor sade kalıyor anlamında yakın zaman fasulye yapıyoruz yanında içecekte sadece hoşaf veriyoruz. *(Tarihi Kalkanoğlu Pilavcısı, Trabzon)*

Tek yemeğin baskın olduğu menüler belirli bir yemekte uzmanlaşmak anlamında bazı avantajlar sağladığı ve dezavantajlar doğurduğu görülmüştür. Yeme-içme mekânı açısından yemekten çok porsiyon üretildiği için maliyet düşmektedir. Tek yemek yapıldığı için standartları oldukça nettir, farklı birçok yemek hakkında uzmanlık gerektirmemektedir. Diğer taraftan müşteriler için oldukça kısıtlıdır. İnsanlar genelde dışarıda yemek yerken birden fazla kişiyle gitmeyi tercih ederler bu bağlamda farklı yemek tercihinde bulunabilecek gruplara hitap etmemektedir.

Baskın olarak destinasyona özgü yöresel yemeklerden derlenmiş olan menüler yöresel yemek ağırlıklı menüler olarak ele alınabilir. Yukarıda bahsedilen tek baskın yemekli menülerin bazıları kısıtlı da olsa yöresel yemek ağırlıklı menüler olarak ele alınabilirler. Bu menüler genelde iki farklı tarz mekânda karşımıza çıkar. Bunlar turistik mekânlar ve esnaf lokantalarıdır. Daha nezih ve turistlere yönelik bir ortamın yaratıldığı mekânlarda turistlere yöresel yemeklerin tecrübe edilmesi imkânı verilebilmektedir. Daha salaş olan ve oldukça samimi bir ortamın olduğu esnaf lokantalarında da yine yöresel yemek ağırlıklı menüler vardır. Turistlere yönelik mekânlarda genelde destinasyonla özdeşleşmiş yemekler sunulmakta ve yemeklerin ve sunumların farklı yönleri üzerinde durulmaktadır. Amaç destinasyona yönelik lezzet farklılıklarını

sunmaktır. Esnaf lokantaları ise genelde yukarıda bahsedilen vitrin menüleri kullanmaktadırlar. Genelde oldukça doyurucu olan yöresel ve ulusal ev yemeklerini bazen de ızgara yemeklerini sunmaktadırlar.



Görsel 4.11. Konya Somatçı FiHi Ma Fih tanıtım broşürü kapak sayfası.

Tematik yemeklerin ağırlıklı olduğu mekânlarda bir temaya, bir tarihi unsura veya bir etnik unsura atıfta bulunularak bir menü hazırlanmıştır. Özellikle son yıllarda Osmanlı, Selçuklu, Mevlevi mutfağı gibi tarihsel temalar; Meksika, İtalyan, Uzak Doğu mutfağı gibi etnik temalar veya Füzyon mutfak, Yavaş Yemek mutfağı gibi yenilikçi temalar kullanılan mekânlarla sık sık karşılaşılmaktadır. Bu tür menülerin tamamen farklılaşmaya yönelik olduğu görülmektedir. Bu yönüyle ağırlıklı olarak az bilinen yemeklerin bulunduğu menülerdir. Örneğin Selçuklu, Mevlevi mutfağı sunan bir mekân tarihte belirli bir zaman ve oluşuma atıfta bulunarak onların yediği yemekleri sunduğu iddiasındadır. Benzer şekilde farklı ulusların mutfağına atıfta bulunan bir mekân ise başka bir coğrafyanın yemeklerini sunar. Amaç farklılık yaratmaktır ve bu farklılık temalar aracılığıyla sağlanarak yemekler ve atmosfer arasında bir bütünlük sağlanmaya çalışılmaktadır.

Ulusal yemekler ağırlıklı menülere sahip mekânlar tüm Türkiye’de herkes tarafından bilinen, tanınan yemekler, bunun yanında birkaç tane yöresel yemek ve bazen de mekâna özgü bir veya iki yemeğin olduğu mekânlardır. Yeme-içme mekânlarında en çok karşılaşılan menü türü ulusal yemeklerin ağırlıklı olduğu menülerdir. Genelde birbirine hemen hemen her yönden oldukça benzeyen yeme-içme mekânlarında bu tarz

menüler kullanılmaktadır. Yemekler genelde oldukça bilinir yemeklerdir. Ulusal yemekler ağırlıklı menülere sahip mekânların farklılaşmaya çalıştığı noktanın usulle ilgili olduğu görülmektedir. Mekân idarecileri oldukça bilinen yemekleri, özünü değiştirmeden kendi usulleriyle hazırladıkları ve sundukları iddiasındadırlar.

Karma menülü mekânlar ise en kapsayıcı olanlardır. Hem yöresel hem ulusal hem de küresel yemekleri menülerinde bulundurlar. Bu tarz menüye sahip olmak mümkün olduğu kadar çok kişiye hitap etme amacını anımsatmaktadır. Herkes için bir şeyler bulundurulması tercih edilmiştir. Hem bilinir yemekler hem farklı yemekler sunulurken oldukça geniş bir menüyle hizmet verilmektedir. Menüleri geniş olduğu için bazı müşteriler için kafa karıştırıcı olduğu görülmüştür. Bu bağlamda yemekler hakkında iyi bilgiye sahip servis görevlilerinin olması gerekebilir. Genelde alan olarak büyük ve küresel örneklerine benzer mekânlar karma menüleri kullanmaktadırlar.

Menülerin içeriklerinin müşteri niteliği ve beklentilerine göre oluşturulduğu ve değiştirildiği durumlar olarak ele alınabilecek bulgular; “*menülerin genişliği, destinasyonlarda olmazsa olmaz yemekler, set menülerin kullanımı ve popüler yemeklerin menüye eklenmesi*” değerlendirmeleriyle ele alınacaktır.

Geniş menülerin süreç içinde küçüldüğü söylenebilir. Süreç içinde menüde yer alan ve satılmayan ürünler menünün dışına çıkartılmaktadır. Bunun en önemli nedeni iyi yemeklerin diğerlerine olan tercihi kısıtlamasıdır. Mekânda iyi yapılan yemekler menüdeki diğer yemeklerden daha çok tercih edilmektedir. Zaman içerisinde daha çok tercih edilen yemeklerin mekânlarla özdeşleştiği görülmektedir. Daha az tercih edilen yemekler ise bir bakıma göz ardı edilmekte ve sonuç olarak menüden çıkarılmaktadır. Tıpkı destinasyonlara yönelik söylemlerde olduğu gibi (Kırklareli’nde mutlaka köfte yenmeli), mekânlara yönelik bir söylem de gelişebilmektedir (Somatçı’da incirli et yenir). Gelişen bu söylem menüde yer alan diğer yemeklerin daha az tercih edilmesine neden olabilmektedir.

Ben yaklaşık yedi yıldır her bir buçuk yılda bir menü değiştirdim. Neden değiştirdim? İnsanların hoşuna giden ürünleri devam ettirdim işte porsiyon olan ürünlerin az gidenlerini çıkardım. (*Somatçı Fihi ma Fih, Konya*)

Zaten bu koyun yoğurdu yüzünden mutfaktaki mezeleri fazlaştıramıyoruz. Satamıyoruz çünkü koyun yoğurdu olduğu için. (*Dörtler Köftecisi, Kırklareli*)

Menüde çok fazla yemeğe sahip olmanın maliyetleri yükselttiği, malzemelerin tazeliği etkilediği, depolamada bazı sorun ve riskler ortaya çıkarttığı idareciler

tarafından sıklıkla belirtilmektedir. Kısacası menüde ne kadar fazla yemek olursa o kadar fazla yemeği oluşturan malzeme çeşidi olmakta ve bu malzemeleri sürekli kontrol altında tutmak zorlaşmaktadır. Bu çeşitlilik yeme-içme mekânları için maliyet yükü getirmektedir. Böylece fayda sağlanmayan ürünler menüden çıkartılarak daha sade bir menü oluşturulur.

Uzun süredir hizmet veren (50 üzeri yıl) yeme-içme mekânlarının menüleri o mekânlarla anılan ana yemekten oluşmaktadır. Belirli bir yemekte uzmanlaşan bu mekânlar kendilerini o yemekle özdeşleştirerek destinasyonda o yemek anıldığında ilk akla gelen mekân olmayı başarmışlardır. Örneğin Konya’da fırın (yerel söyleyişle *furun*) kebabı Hacı Şükrü ile, Trabzon’da pilav Tarihi Kalkanoğlu Pilavı ile, Antakya’da tepsi kebabı Pöç Kasabı, Gaziantep’te beyran Metanet Beyran Salonu ile özdeşleşmiştir. Mekânlarla özdeşleşen yemeklere ek olarak alan çalışması gerçekleştirilen neredeyse tüm destinasyonlarda, destinasyonlara özgü olmazsa olmaz yemekler menülerde görünmüştür. O kadar ki tamamen farklılaştığını iddia eden mekânlarda bile mutlaka bu yemeklerin birkaçı görünmüştür. Yeme-içme mekânlarının idarecileri kendilerini destinasyonla özdeşleşmiş bu yöresel yemekleri menüye koymak zorunda hissetmektedirler.

Biz Selçuklu ve Mevlevi mutfağı işlemediğimiz için biraz yöresellik katalım içine dedik. Bizde yöremiz tabağı diye daha doğrusu yöremiz bölümü var menüde. Yöresellik bölümünde etli yaprak sarması Konya’nın klasiği olduğu için insanlar gelip te aaaa yok muydu sizde? Demesinler diye. (*Somatçı Fihî ma Fih, Konya*)

Antakya’nın kendine özgü yemekleri yıllardır Harbiye restoranlarından gelme gelenektir ana gelenekte zaten klasik 5 – 6 tane meze vardır. Bunları dışlayıp yeni bir şekil yapamazsınız. Bunlara ekleyip yeni şekiller ekleyebilirsiniz. Ama dışlayıp bir şeyler yapmanız mümkün değil. (*Anadolu Restoran, Antakya*)

Bu yemekler için önceden bahsedildiği gibi destinasyonla özdeşleşmiş, kısaca “*olmazsa olmaz yemekler*” olarak adlandırmak mümkündür. Bir bakıma o yemekleri menüde görmeniz müşterilere o destinasyonla ilgili çağrışımlar yapmaktadır. Destinasyonun dışında bir mekânda bile menüde bu yemeklerle karşılaşmak yemeğin ait olduğu yöreye yönelik hatırlatma yapmaktadır. Örneğin, Konya dışında herhangi bir mekânda menüde fırın kebabı veya etli ekmek görülmesi mekânın bir Konya yemekleri yapan yer olduğu algısını oluşturur ve Konya’ya hatırlatma yapar.

Yeme-içme mekânlarının menüleriyle ilgili üzerinde durulması gereken bir diğer konu da özellikle turist gruplarına özel olarak oluşturulmuş set menülerin kullanımıdır.

Bazı mekânlar seyahat acentalarının getirdiği turlara yönelik ana menülerinde yer alan yemeklerden oluşturdukları farklı seçenekleri bulunan (genelde yöresel yemekler) set menüler oluşturabilirler. Bu set menülerde yemeklerin yöresel olmasına ve birbiriyle uyumlu olmasına oldukça önem gösterdikleri görülmüştür. Bu şekilde gelen turist grubuna farklı bir deneyim sunulabilmektedir. Yemeklerin birbiriyle uyumu yemeklerin sunumu bölümünde detaylı olarak ele alınacaktır. Seyahat acentalarının sağladığı turlarda kısaca bir veya birkaç destinasyonun turistik değerleri yine bir veya birkaç günde rehber eşliğinde gezilerek turistlere tanıtılmaktadır. Yeme-içme mekânları ve yöresel yemekler de bu turistik değerlerin bir parçası olarak görülmekte ve rehberler tarafından yaşanan lezzet deneyimi hakkında bilgiler verilmektedir. Yeme-içme mekânlarında hem biyolojik yeme ihtiyacı karşılanır hem de farklı deneyimler yaşatılır. Ancak bu turların önemli bir kısmı sıkı bir zaman çizelgesiyle planlanmıştır. Bu açıdan set menülerin olması hem mekânlar hem acentalar hem de turistler için oldukça pratiktir. Mekânın sunduğu birkaç yöresel yemeği bir arada tatma imkânı sağlamaktadır. Ayrıca sayıca fazla kişiden oluşan bu gruplara hızlı, etkili ve karmaşık olmayan bir şekilde yemekleri sunma olanağı sağlamaktadır. Burada önemli olan çeşitlenmenin yapılmasıdır ki set menülerin görüldüğü mekânlarda bu çeşitlendirmeye yer verildiği gözlemlenmiştir. Özellikle ana yemekler et, tavuk ve vejetaryen seçenekler olarak çeşitlendirildiği ayrıca fiyat olarak üç farklı seçeneğin sunulduğu görülmüştür.



Görsel 4.12. Konya Konak Konya Mutfacı. Seyahat acentalarına özgü set menü örneği

Menüler hakkında son olarak söylenmesi gereken konu, popüler veya moda yemeklerin hızlıca menüye dâhil edildiğinin gözlemlendiğidir. Neredeyse tüm alanlarda olduğu gibi yemeklerde de belirli zamanlarda bazı yemekler oldukça

popülerleşmektedir. Tıpkı popüler olan bir şarkının tüm radyolarda sıkça çalınması gibi yeme-içme mekânların da bazı yemekler hızlıca popüler olabilmektedir. Alan çalışmasının yapıldığı süre içerisinde “kaz başı” bu tarzda bir popülerliğe örnek olarak verilebilir. Bazı mekânların menüsünde yazılı dahi olmayan bu yemeğin servis görevlileri tarafından menüde olduğu özellikle belirtilmiştir. Bu bağlamda, yeme-içme mekânlarının özellikle müşteri talepleri konusunda çok hızlı cevap verebilme becerisine sahip olduğu söylenebilir. Herhangi bir yemeğe yönelik talebi müşteriler dile getirmekte ve idareciler yemeğin tercih edileceğini hissederse mutlaka en kısa sürede yemeğin menüye dâhil edilmeye çalışıldığı idareciler tarafından sıkça ifade edilmektedir.

4.2.5.3. Yemeklerin isimlendirilmesi

Yemeklerin isimlendirilmesine yönelik bulgularda yemek adlandırmalarıyla yemeklere yüklenen anlamlar, yemeklerin isimlerini nasıl aldıkları, mekânlara özgü yemeklerin isimlendirilmesi, yöresel yemek isimlerinin farklı dillerde adlandırılma şekli ve yemek isimlerinde usul kelimesinin kullanımıyla ilgili verilecektir.

Yemek isimleri tıpkı mekân isimlerinin mekânlara kattığı anlamlar gibi yemeğe farklı anlamlar katmaktadır. Birbirine oldukça benzer yemeklere sadece isim değişikliğiyle modern, otantik, küresel, yöresel, bilindik, farklı gibi anlamlar kazandırılabilir. Alan çalışmasında çoğu yemeğin menülerde herkes tarafından bilinen ve kabul görmüş isimleriyle sunulduğu görülmüştür. Ancak yeme-içme mekânlarında bazı yemekler için yerel ve ulusal yemeklerin isimlerine yönelik belirli bir standardının olduğu veya daha net bir söylemle genel bir kabulün olduğunu söylemek oldukça zordur. Aynı yemeklerin farklı destinasyonlarda farklı isimle sunulması veya tam tersi olarak farklı yemeklerin farklı destinasyonlarda aynı isimle sunulması karşılaşılabilecek bir durumdur. Yemek isimlerinin yemeği otantik veya tersi olarak aşına olunan bir hale getirme amacıyla farklılaştırıldığı dikkat çekmektedir. Örneğin Kırklareli’nde bir yeme-içme mekânında ‘kuzu şiş kebab’ Yunanca kullanılan isminden esinlenilerek ‘souvlaki’ adında sunulmakta olduğunu, diğer taraftan Antakya’da bir yeme-içme mekânında ise halk arasında ‘muhammara’ olarak anılan yemek menüde ‘cevizli biber’ benzer şekilde ‘zahter salatası’ olarak bilinen salata ‘kekik salatası’ olarak isimlendirilmiş olduğunu görmek mümkündür.

Çalışmada ele alınan yemekler isimlerini; yemeğin yapımında kullanılan ürün, pişirmede kullanılan malzeme, pişirme yöntemi, yapıldığı yöre, hazırlanma yöntemi,

yemeğin özelliği (doğranma şekli, sesi, kokusu, görünüşü gibi) ve/veya yemeğin tarihsel geçmişinden almaktadır. Örnek vermek gerekirse yemeğin yapımında kullanılan ürün; Hamsili pilav (Trabzon), pişirmede kullanılan malzeme; Tepsi Kebabı (Antakya), pişirme yöntemi; Oğlak Tandır (Kırklareli), yapıldığı yöre; Urla Güveci (İzmir), hazırlanma yöntemi; Ciğer sarma (İzmir), yemeğin özelliği; Alaca çorba (Gaziantep), tarihsel geçmişi; Alınazik (Gaziantep). Görüldüğü üzere yukarıda belirtilen isimlendirme seçeneklerinin birden fazlası da aynı anda kullanılabilir. Örneğin; Antakya’da yapılan Kâğıt Kebabı pişirmede kullanılan malzeme olan “kâğıt” ve pişirme yöntemi olan “kebab” kelimesinin birleşiminden ismini almıştır.

Yemek isminin yapıldığı yöreyle anılması genelde yemeğin başka yerlerde tanınmasıyla ortaya çıkmaktadır. Örneğin günümüzde ulusal bir yemek olarak görülebilecek İzmir köfte, İzmir’de yeme-içme mekânlarının idarecileri tarafından daha önceleri bilinen isminin salçalı köfte olduğunu belirtmiştir. Benzer şekilde Nevşehir’de önceleri tava olarak anılan yemek günümüzde Nevşehir Tava olarak bilinmektedir. İzmir Tire’de taktak kebabı (ismini pişmiş etin tahta üzerinde kesilmesi sırasında çıkan seslerden alır), İzmir dışında genelde Tire kuyu kebabı olarak anılmaktadır. Ulusal anlamda Urfa ve Adana kebabı olarak bilinen yemekler ise Gaziantep’te halen devam eden bir şekilde acılı kıyma (Adana), sade kıyma (Urfa) olarak adlandırılmaktadır.

İzmir köfte ismi üzerinde İzmir’e özgü bir yemektir. Çok eskiden Salçalı Köfte diye geçiyordu, sonra İzmir köfte olarak değerlendirildi. İzmir dışına çıkınca, dışındakiler İzmir köfte diye andı ismi İzmir köfte kaldı gibi bir şey oldu. (*Kısmet Lokantası, İzmir*)

Yeme-içme mekânlarının kendine özgü yemekler için kullandığı isimlendirmeler de bahsedilmesi gerekli konulardandır. Çoğu mekân menüsünde sadece kendine özgü olarak nitelediği bir yemek bulundurmaktadır. Bu yemekler başka hiçbir yerde bulunamaz iddiasında olan yemeklerdir. Genelde “*şefin spesiyali*”, “..... *spesiyali*” (örneğin; Avlu Spesiyali) ve “..... *kebab*” (örneğin; Anadolu Kebab) olarak isimlendirilirler. Bu uygulama küresel anlamda Batı mekânlarında sıkça karşılaşılan bir uygulamadır. Kullanılan “*şefin spesiyali*” ve “..... *spesiyali*” küresel örnekleriyle birebir aynı olduğu görülmüştür. Ancak “..... *kebab*” ulusal yeme-içme mekânlarına yönelik bir uygulamadır. Burada kullanılan “spesiyali” sözcüğü yemeğe küresel bir anlam katarken, “..... *kebab*” uygulaması yemeği yöreselleştirmektedir.

Yabancı turistlerin sıklıkla ziyaret ettiği mekânların menülerinde göze çarpan uygulamalardan söz etmekte fayda vardır. Özellikle yöresel yemeklerin İngilizceye

çevirisi yapılırken o yemeğe benzeyen küresel yemeklere benzetilmesi ve atıfta bulunulması sıkça karşılaşılan bir uygulamadır. Bu uygulama her ne kadar yöresel yemekleri yabancı turistlere bilindik hale getirme amacıyla yapılmış gibi dursa da yöresel yemeğin kendine özgü yanlarından biri olan ismini bozarak o yemeğin özünü zedeleyebilmektedir. Örneğin; *erişteye Turkish Noodles*, gözlemeye *Turkish Pancake*, lahmacuna *Turkish Pizza*, sütlaca *Turkish Pudding* demek bir bakıma yemeği yabancı turistler için tanıdık hale getirir ama yemeğin yöresel özelliğini oldukça zedelemektedir. Ayrıca küresel düzeyde Türk Mutfağının bilinirliğini olumsuz etkilemektedir. Bu yemeklerden tadan turistler, ülkelerine döndüğünde yine kendine tanıtılan ve yaşadığı şekilde deneyimini anlatabilirler.



Görsel 4.13. Tabela menü: Türk yemeklerinin İngilizceye tercümesi

Aynı yemeğin farklı yörelerde yapılması sonucu ortaya çıkan farklılıkların anlatılması için kullanılan “usul” kelimesinden de bahsedilmelidir. Örneğin “*içli köfte*”, “*piyaz*”, “*lahmacun*” gibi yemeklerin neredeyse tüm destinasyonlarda farklı yapıldığı görülmüştür. Yeme-içme mekânlarının menülerinde bu farklılığın anlatılabilmesi için yemeğin yapıldığı yöreye atıfta bulunularak “.... *Usulü*” (Örneğin; Konya Usulü) sıfatı kullanılmaktadırlar. Bu tarz kullanım yemeğin anlaşılmasında oluşabilecek karmaşaları bir bakıma ortadan kaldırmaktadır. Küresel anlamda benzer kullanımların olduğu da söylenmesi gerekir. İngilizcede “.... style” şeklinde kullanımla aynı amacı taşımaktadır. Yukarıda anlatılan tarzda “*usulü*” kelimesinin kullanımı genelde yemeği tanımlamaya yöneliktir. Diğer taraftan “*usulü*” kelimesiyle asıl farklılaşmanın yaratıldığı durum yeme-içme mekânlarının bilindik yemekleri kendi usulleriyle yapmasıyla ortaya çıkmaktadır. Bazı mekânlarda dikkat çekici bir şekilde bir bakıma

hem bilindik hem de farklı yönü olan yemekler sunmanın bir yolu olarak kullanılmaktadır. Menüde özellikle belirtilmese de “kendi usulümüz” açıklaması özellikle bilinir yemekler için servis görevlileri tarafından kullanıldığı gözlemlenmiştir. Bu tarz bir kullanım yemeğin özünü fazla değiştirmeden küçük değişikliklerle farklılık yaratmanın bir yolu olarak kullanılmaktadır.

4.2.5.4. Menülerde yöresel yemekler

Yukarıdaki bölümlerde değinilen yöresel yemeklere yönelik bulgulara bu başlıkta biraz daha ayrıntılı değinilmektedir. Alan çalışmasında menülerinde sadece yöresel yemeklerin bulunduğu mekânlarla evde yapımı zor olan yöresel yemekleri sunan tek yemeğin baskın olduğu menülere sahip mekânlar haricinde rastlanmamıştır. Tamamen yöresel bir menüyle açılan bir mekân için süreç içerisinde talep edilen diğer yemekleri (ulusal, küresel) de menüye eklemek zorunda kalabilirler. Aksi şekilde menüsünde yöresel yemekler bulundurmeyen mekânlarsa süreç içerisinde menüsüne yöresel yemekleri katmak zorunda kalabilmektedirler. Yeme-içme mekânlarının idarecileri hoşnut olmasalar da sadece yöresel yemeklerle bir mekânın işletilmesinin oldukça zor olduğunu belirtmektedirler. İdarecilere göre mekânlarda sunulabilecek yöresel yemeklere talep kısıtlıdır ve bazı yöresel yemeklerin yeme-içme mekânlarında yapımı oldukça zordur. Diğer taraftan yöresel yemeklerin menüde yer almasının neden gerekli olduğu, mekânın imajı için neden önemli olduğu, gelen turistlerin neden onları talep ettiği konusunda yeme-içme mekânlarının idarecilerinin bilinçli olduğu söylenebilir. Aşağıda yöresel yemeklere menüde yer verilmesi veya verilmemesi durumunda karşılaşılan birbirinin zıttı iki durum örnek olarak görülebilir.

İlk olarak menüyü yöresel mutfak üzerine, yani Trakya mutfağı üzerine yaptık ama burada insanlar dışarıya çıktığında yöresel yemekleri tercih etmiyorlar. Çoğu insan çalışmıyor, ev hanımları hepsini kendi yapabiliyor. Dışarıya çıktıklarında genelde ızgara tarzı ürünleri tercih ediyorlar. Siz de ticari olayı düşündüğünüz için o yöne yönelmek zorundasınız. *(Kabalka, Kırklareli)*

2001 -2002 yılında zaman içerisinde bizim kiremitimiz fazla yoktu Adana şiş, ciğer, ızgara tarzına yöneliyorduk ama gelen insanlar bizi yönlendirdi. Utandık biz onlardan, dediler ki neyiniz var buraya özgü? Testi kebabı desek herkes yapıyor. Testi kebabını biz bu sefer yöresel kiremit yemeklerine yöneldik. *(Han Odası, Nevşehir)*

Yöresel yemeklerin sunulması genelde yerli ve yabancı turistlere yönelik olarak farklılaşma ve otantikleşme adına sunulduğu görülmüştür. Ancak yöresel yemeklerin o

yörenin yerel halkı için farklı veya otantik olmadığı idareciler tarafından sıklıkla ifade edilmektedir. Daha önce belirtildiği üzere mekânların müşterilerini önemli ölçüde yerel halk oluşturur ve yerel halk yöresel yemekleri kendi evlerinde yapabilmektedirler. Evleri dışında yemek yediklerinde ise evde yapılması zor yemekleri tercih etmektedirler.

Alan çalışmasında belirlenen yöresel yemeklerin yeme-içme mekânlarında sunulmasının önündeki engeller aşağıdaki gibi sıralanabilir.

- Yöresel yemekler mevsimselken, yeme-içme mekânlarının menülerinin sürekli olması talep edilmektedir.
- Yöresel yemeklerin hazırlanması daha uzun süre almaktadır ve yeme-içme mekânlarında müşterilerin bu kadar çok bekleme şansı yoktur. Daha önceden hazırlanıp servis edilmesi ise müşteriler tarafından hoş karşılanmamaktadır.
- Bazı yöresel yemeklere aşına olunmamasından dolayı turistler yöresel yemeklere çekinceyle yaklaşabilir.
- Yöresel yemeklerin maliyeti yüksektir.
- Ev dışında yemek denilince bazı insanların aklına (özellikle ana yemek için) evde hazırlanması zor olan et yemekleri gelmektedir.
- Yerel halk yöresel ürünleri daha az talep etmektedir ve yeme-içme mekânlarının müşterilerinin çoğunluğunu yerel halk oluşturmaktadır.

Bu engelleyici özelliklere sahip olmayan veya bir şekilde bu özelliklerden arındırılmış yemeklerin, yeme-içme mekânlarında sunulduğu görülmektedir. Bu durumu ifade etmek üzere “lokantalaştırma” tabirinin kullanılmasını önermekteyim. Bu tabir ile yöresel yemeklerin lokanta sistemine uygun düzenlemelerle, özellikle hızlı servis için hazırlama ve pişirme süreçlerinin ön hazırlıklarla kısaltılarak kısmen değişime uğratılmasını ancak yemeklerin sunumunda otantik bir kisveye sokulmasını kastetmekteyim. Örneğin Nevşehir’de neredeyse tüm yeme-içme mekânlarında sunulan *testi kebabı*, önceden hazırlanıp sipariş alınınca tekrar ısıtılarak servis edilmekte veya büyük güveç kaplarda pişirilerek sipariş alındıktan sonra testilere doldurularak servis edilmektedir. Benzer şekilde Antakya’da yöresel hazırlanışı hamurunun elle açılıp, içi

doldurulup yine elle kapatılan ve genelde aynı gün pişirilen *içli köfte* bazı mekânlarda belirli zaman aralıklarıyla aletler (fincan altı gibi) yardımıyla yapılmakta, sonrasında derin dondurucuda bekletilmekte ve günlük olarak çözündürülerek pişirilmektedir. Sonraki bölümlerde de yeri geldiği zaman lokantalaştırmaya örnekler verilecektir.

Lokantalarda demin de dediğim gibi bu tür yöresel yemekler hafif biçim değiştirerek gelir. Lokantalarda daha çekici daha cazip olması için, içine yine baş biberden yapılmış salçadan hafif katılarak dövme işi öyle yapılır ve rengi koyulaştırılır, daha cazip geliyor bunun da daha mı lezzetli olur bilmiyorum. Daha acımsı olduğu için daha lezzetli gelebilir insanlara ama bunun orijinali beyaz olanıdır. (*Anadolu Restoran, Antakya*)

Şunu demeyi unuttum şu testinin içinde pişirme diye bir şey var. Bunlar tamamen şov amaçlı, ticari kaygılarla yapılmış işler. Burada pişirdiğini iddia eden yerler var ama biz de dâhil olmak üzeri biz bölgede en orijinallerini yapanlardan bir tanesi olduğumuzu iddia ediyoruz. Bunların hepsi büyük güveçlerde pişiyor. Sonradan testilere doldurulup ısıtılıyor. (*Keyif Kafe & Restoran, Nevşehir*)

Hem yukarıda betimlemelerde verilen testi kebabı, aşur (keşkek) ve içli köfte gibi daha birçok yöresel yemek, yeme-içme mekânlarında lokantalaştırılarak sunulmaktadır. Lokantalaştırmanın yöresel yemekleri ticarileştirme, daha çekici hale getirme ve yeme-içme mekânlarında sunumunu pratikleştirmeye yönelik olduğu görülmüştür.

4.3. Tedarik Tercihleri

Tedarik, yemeği oluşturan süreçlerin en önemlilerinden biri olarak görülmektedir. Kaliteli ve doğru malzemeleri bir araya getirebilmek çoğu mekân idarecisi için yemeği pişirmekten bile daha önemli olduğu sıklıkla ifade edilmektedir. Bu konuda oldukça dikkatli davrandıkları gözlemlenmiştir. Mutfak yemeğin şekil aldığı yer, tedarik edilebilecek ürünlerin değerlendirilmesi ise yemeğin başlangıç noktası olarak ele alınmaktadır. Öyle ki tedariki ulaşım, maliyet vb. nedenlerle oldukça zor olan malzemelerle bir yemek yapılması yeme-içme mekânlarının idarecilerinin aklına bile gelmemektedir. Bu bağlamda bir yemeği oluşturan öncelik elde edilebilirlik yani tedarik imkânlarıyla başlamaktadır.

Yeme-içme mekânlarının kullandığı ürünlerle ilgili belirtilmesi gereken ilk konu görüşülen hiçbir mekânda, yemeği oluşturan ürünlerin tamamının yeme-içme mekânlarının kendi kaynaklarıyla üretilmediğidir. Yeme-içme mekânları bu ürünlerin hepsini tedarikçilerden sağlayarak yemeği oluşturmaktadır. İhtiyaç duydukları ürünleri

sağlarken yeme-içme mekânlarının idarecileri farklı yollara başvurumaktadırlar. Yeme-içme mekânları satın aldıkları farklı ürün grupları için farklı tedarik yöntemleri belirleyebilmektedir. Örneğin süt ürünleri için farklı bir yöntem belirlenirken, etler için tamamen farklı bir yöntem uygulayabilmektedirler. Alan çalışmasında karşılaşılan tedarik yöntemleri şunlardır:

- Belirli bir bölgede üretilen belirli standartlarda ürünleri farklı tedarikçilerden satın almak.
- Sürekli aynı tedarikçiyle çalışarak aynı standartta ürün talep etmek.
- Yerel semt pazarlarından veya halden seçerek satın alma.
- Farklı tedarikçilerle çalışarak tedarikçilerin ürünleri arasından seçim yapmak.
- Ulusal marketlerden (toptancı ve/veya perakendeci) satın alma.
- Tedarikçilerle sözleşme yaparak, belirli oranda ve standartta ürünü tedarikçilerden sürekli şekilde talep etmek.
- Devlet kurumlarından (Et ve Süt Kurumu, TMO) satın alma.
- Şehrin tanınan ve güvenilen tedarikçilerinden satın alma.

İdareciler için en önemli tedarik ögesi ettir. Çoğu zaman tedarik dendiğinde idarecilerin aklına sadece et gelmektedir. Daha önce belirttiğimiz dışarıda yemek denilince insanların aklına et gelmesiyle benzer şekilde tedarik denilince de mekân idarecilerinin aklına et gelmektedir. Ayrıca etin kalitesinin yemeğin lezzetini direk olarak etkilemesi açısından bu durum normal karşılanabilir.

Yeme-içme mekânlarının idarecileri ürün satın aldıkları tedarikçilerde bazı özellikler aramaktadırlar. Bunların başında güven gelmektedir. Karşılıklı bir güven ortamının oluşmasının en temel şart olduğu idareciler tarafından belirtilmektedir. Piyasada tağşiş yapılan ürünlerin oldukça fazla olduğu ve aradıkları ilk şartın tağşiş yapılmış ürünlere karşı (her ne kadar idareciler tağşiş yapılan ürünleri anladıklarını iddia etseler de) tam anlamıyla güvenebileceği tedarikçileri seçtikleri idareciler tarafından vurgulanmıştır.

Maliyet hesabı her ne kadar idareciler tarafından açıkça belirtilmese de tedarik konusunda üzerinde durulan bir nokta olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeme-içme mekânları açısından fazla abartmamak koşuluyla maliyet hesaplanmasının yapılması bir

zorunluluk görülmektedir. Özellikle et tedarikinden bahsederken idareciler sıklıkla alınan fiyata atıfta bulunmaktadırlar.

Maliyet hesabı yapılır dediğimizde maliyet hesabı yapmak çok güzeldir elbette. Yapılır ama özünü yitirmeden yapılmalı, yani bir şey en güzel şekilde nasıl en maliyetli yaparımın hesabı yapılmalı. Maliyet bana göre budur. Ona göre 1-2 lira fiyatına koy, o malzeme pahalıysa ona göre fiyatına koy. Maliyet en ucuz mal almak değildir, en kaliteli malı ucuza almaktır. *(Anadolu Restoran, Antakya)*

Bir ile gittiniz ya da bir ilçeye bakmışsınız çok güzel bir yer açılmış. Ama birkaç sene sonra gidiyorsunuz yerinde yeller esiyor. Yanlış politikalar ve yanlış maliyet çıkarılmasından dolayı olduğunu düşünüyorum. *(Somatçı Fihi ma Fih, Konya)*

Yeme-içme mekânlarından her zaman aynı kalite ve standartlarda yemekler sunması beklenmektedir. Yeme-içme mekânlarının idarecileri de bu kalite standardı sağlamak için yemeği oluşturan her ürünü tedarik ederken her zaman aynı kalitede ürünler talep ettiklerini belirtmektedirler. Mevsimsel bazı ürünlerde ise kalite değişimlerinin mevsime göre olacağını vurgulayıp mümkün olan en iyisini talep ettiklerini vurgulamaktadırlar. Ürünlerin kaliteli olmasına ek olarak taze olması da oldukça önemlidir. Alınan bir ürün yemeklerin yapımında kullanılabileceği kadar belirli bir süre mekânın depolamasında beklemektedir. Bu durumda taze olmayan bir ürün, kısa sürede bozularak mekân için kayba yol açabilecektir. Ayrıca, taze olmayan ürünler yemeklerin lezzetini olumsuz yönde etkilemektedir.

Talep edilen ürünlerin tedarikinde sürekliliğin sağlanması tedarikçilerden beklenen en önemli konulardandır. Yeme-içme mekânlarının idarecileri devamlı olmayan ürünleri tedarik etmek istememektedirler. Aynı ürünü tekrar bulamamak yeme-içme mekânları açısından bazı sorunlar ortaya çıkarabilmektedir. Menüdeki bazı ürünler tedarik sıkıntısından dolayı sunulamaz; idareciler, böyle bir durumu hiç istemediklerini vurgulamaktadır. Benzer şekilde tedarik konusunda zaman değişkeni de göz ardı edilemezler arasındadır. Teslimatı zamanında gerçekleştiremeyen tedarikçiler, yeme-içme mekânlarını zor durumda bırakabilmektedir. Özellikle bulunması kolay olmayan ve zaman alan ürünler için yaşanabilecek sorunlar mekânları olumsuz etkileyebilmektedir. Kısaca belirtmek gerekirse; maliyet, süreklilik, kalite, tazelik ve zamanında teslimat genel olarak mekân idarecilerinin üzerinde durduğu konulardır. Yeme-içme mekânlarının tedarik konusunda aradığı bu genel özellikler mekânların tedarikte aynılaştığı noktalar olarak göze çarpmaktadır.

Ele alınan bu bulgura ek olarak tedarik konusunda destinasyonlara ve mekânlara özgü bazı farklılıklar da ortaya konulabilir. Bu farklılıklardan ilki her destinasyona özgü bazı ürünlerin kullanımınıdır. Özellikle bölgesel olarak isim yapmış bu ürünlerin kullanılması yeme-içme mekânları tarafından tercih konusudur. Örneğin, Antakya’da Samandağı sebzeleri (özellikle biber ve domates) Antakya’daki mekânlar tarafından sıklıkla talep edilmektedir. Benzer şekilde Gaziantep’te bulunan mekânlarda Birecik patlıcanı özellikle talep edilir. Bu ürünler bölgesel anlamda coğrafi işaretler (illaki kanunlarla kayıt altında olmasına gerek yoktur) olarak ele alınabilir. Coğrafi işarete sahip bu ürünler yeme-içme mekânları adına oldukça önemli bir farklılaşma yaratabilmektedir. Diğer taraftan, mekânlar açısından coğrafi işarete sahip ürünlerin kullanımı diğer destinasyonlardaki mekânlardan bir farklılık yaratırken destinasyon içindeki mekânlarda aynışma sonucunu doğurmaktadır. Bu ürünleri kullanmak destinasyon içindeki mekânlardan olağan beklenti olduğu görölmüştür. Hemen hemen her destinasyonda karşılaşılabilecek kuru fasulyenin yapılması için Kırklareli’nde Çavuşköy fasulyesi ve Nevşehir’de Derinkuyu fasulyesi, Trabzon’da İspir fasulyesi kullanılması beklenmektedir. Bu farklı tedarik talepleri dışarıdan bakılınca aynı yemek gibi görölse de kuru fasulyeyi bölgelere göre farklılaştırmaktadır. Burada yemeği farklılaştıran nokta yemek için kullanılan malzemelerdir.

Yöresel yemeklerin yapımında kullanılan en temel ürünler denilebilecek ana ürünlerin tedarikinde daha dikkatli davranıldığı görölmektedir. Bu ürünlerin özünü kaybetmemiş ve mümkün olduğu kadar en kalitelisi olmasına idareciler tarafından özellikle dikkat edilmektedir. Örneğin Antakya’da baş biber ve tuzlu yoğurt, Kırklareli’nde koyun yoğurdu, Trabzon’da tereyağı, İzmir’de enginar gibi yöresel yemeklerin temel öğeleri olan ürünler, yöresel özelliklerini bozmamış tedarikçilerden elde edilmeye çalışılmaktadır.

Çok talep gören ürünler için (domates, salatalık, biber gibi) geliştirilen tarım teknolojileri; bazı ürünlerin mevsimsellik özelliğini büyük ölçüde yıktığı gözlemlenen bütün mekânlarda rahatlıkla görölmektedir. Ayrıca teknolojinin ve daha verimli tohumların bir takım mali kaygılarla daha sık kullanımı bu ürünlerin hemen hemen her yerde aynışmasına yol açmaktadır. Bu aynışmanın özellikle mevsimi dışında bulunabilen ürünlerde görölmektedir. Eğer herhangi bir ürünün mevsimiyse normal şartlarda yeme-içme mekânları, mevsimsel yöresel ürünleri tedarikçilerden talep etmektedir. Ancak mevsimi dışındaysa ürünlerin başka bölgelerden gelmesi veya

ürünün sera üretimi olması normal karşılanmaktadır. Kısacası özellikle çok talep gören ürünlerin mevsimsellik özelliğinin büyük oranda çöktüğü görülmektedir. Bu durum yemeklerin mevsimi dışında yapılmasına imkân sağlarken yöreye özgü özelliklerini ve lezzetini bir bakıma değiştirmektedir. Yeme-içme idarecilerinin bu konuya dikkat ettikleri ve mutlaka mevsiminde mevsimsel ürünler talep ettikleri görülmüştür. Diğer taraftan mevsimi dışında ürünlerin kullanımı için genelde müşteri taleplerini dikkate almaktadırlar.

Sebzeler için yapabileceğimiz bir şey yok. Çünkü Antalya ve Mersin'e bağlıyız. Nevşehir'de ancak altıncı ay ile dokuzuncu ay arasında yerli ürün alıyoruz. Köylünün getirmiş olduğundan alıyoruz. Yazın bu dört ay hiç Antalya ve Mersin çalışmıyoruz. *(Han Odası, Nevşehir)*

Genelde mevsimsel olma özelliğinin sadece sebze ve meyveler için olduğu düşünülür ancak bazı süt ve et ürünlerinin de mevsimsel olduğu gözlemlenmiştir. Örneğin, oğlak etinin tedariki yılın sadece üç ayında mümkündür ve yöresel özelliğiyle bazı yeme-içme mekânlarının menüsünde bulunmaktadır. Benzer şekilde koyun yoğurdu da mevsimseldir. Mevsiminde yeme-içme mekânlarında sunulmaktadır. Bu tarz mevsimsel yöresel ürünlerin kullanımı yemeklerde büyük oranda farklılaşma yaratmaktadır.

Bazı ürünlerin mevsimsellik özelliği yukarıda belirtilen modern dünyaya özgü saklama teknikleri dışında geleneksel yöntemlerle de aşmaya çalışılmaktadır. Konservleme, turşulama, salamura ve kurutma gibi geleneksel yöntemler ürünleri mevsimi dışına taşımaya yöneliktir. Ancak bu yöntemler ürünlerin yapısını değiştirerek farklı ürünlere dönüştürmektedir. Örnek vermek gerekirse kurutulmuş biberin kullanım alanları, taze biberin kullanım alanlarından çok farklıdır. Bu yöntemlerin bazı mekânlar tarafından kullanıldığı görülmüştür. Bazı destinasyonlarda ise olmazsa olmaz özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin; Nevşehir'de görüşülen her mekânda kışın kullanmak için bolca turşu yapıldığı görülmüştür. Bu tarz uygulamaları gerçekleştirmeyen yeme-içme mekânları ise hazır olarak yöre halkı tarafından yapılmış olanları tedarikçilerden talep etmektedirler. Geleneksel yöntemlerle saklama teknikleriyle değiştirilmiş yöreye özgü ürünlerin tedariki bölgesel olarak farklılık göstermekte ve farklılaşma göstergesi olarak görülmektedir.

Diğer bir farklılaşma olarak ele alınabilecek konu, uluslararası firmaların yeme-içme mekânları için sunduğu çözümlerden faydalanma konusunda öne çıkmaktadır.

Araştırmaya dâhil edilen mekânların hiçbirinin, uluslararası firmaların mekânlar için sunduğu çözümlerden faydalandıkları görülmemiştir.

Hiçbirini kullanmıyorum. Çünkü neden kullanmıyorum. Ben kendi kendime bir şey üretemiyorsam o zaman aşçılık tarafımda aşçı değilim. Çünkü o zaman şey olmuş oluyor emek harcanmadan, başkasının ürününü sen kendi adına satmışın gibi bir durum var. Yani ben hep şöyle söylüyorum ben aşçıyım, tembel aşçı değilim. (*Somatçı Fihi ma Fih, Konya*)

Uluslararası firmaların sunduğu dondurulmuş gıdalar gibi hızlı çözümlerin yeme-içme mekânları arasında hem küresel hem de ulusal bir aynışma yarattığını söylemek mümkündür. Gastronomi turistleri tarafından tercih edilen bu mekânların, yöresellik ve farklılaşma iddiasıyla bu tarz çözümleri kullanması pek beklenmemektedir. Görüşülen idareciler bu tarz çözümleri kullanmayı kendi özlerine oldukça uzak, acizlik ve gereksiz görme eğilimindedirler.

Son olarak yerel halkın mekânların tedarikleri konusunda bir takibinin mevcudiyeti alan araştırmasında sıklıkla gözlemlenmiştir. Destinasyonda bulunan mekânlar konusunda fikri sorulan yereller “o mekân etini’dan alır”, “sürekli taze ürünler bulunur”, “yemekleri günlükdür”, “hep kaliteli ürünler kullanır” gibi tanımlamalarla mekânları tedarik konusunda gözlemlediklerini söylemek mümkündür.

4.4. Depolama ve Saklama Teknikleri

Yeme-içme mekânları için besinleri uygun ortamda saklama, ürünlerin tazeliklerini ve yemeklerin lezzetini mümkün olan en iyi seviyede tutma, maliyetleri yükseltmeme ve sağlığa yönelik tehlikelerden korunma bakımından oldukça dikkatli davranılması gereken konulardandır. Yeme-içme mekânlarının idarecilerinin depolamayla ilgili konuşurken kullandıkları kelimeleri dikkatlice seçtikleri gözlemlenmiştir. Depolama için yeme-içme mekânlarının genel olarak kullandığı modern yöntemler soğutma ve derin dondurmadır. Bu yöntemlerin soğutucu dolaplar, soğuk hava depoları ve derin dondurucuların kullanılarak uygulandığı görülmüştür. Bakliyatlar gibi soğutulmaya ihtiyaç duymayan ancak nemsiz ve ışık almayan ortamda depolanması gereken ürünler ise mutfakta kapalı raflarda veya ayrı odalarda muhafaza edilmektedir. Depolamaya yönelik olarak hem yasal düzenlemeler hem de mevcut depolama teknolojilerinin sunduğu kolaylıklar açısından yeme-içme mekânlarında aynışmalarla karşılaşmaktadır. Görüşülen her mekânda soğutucu dolaplar ve

depolama için ayrılmış bölüm bulunmaktadır. Diğer taraftan, destinasyonlar arasında ve mekânlar bazında, bazı farklılıklar da söz konusudur.

Yürütülen alan çalışmasında kullanılan depolama ve saklama teknikleri ve depolama ve saklama tekniklerinin yemekleri (nitelik ve tat açısından) nasıl etkilediği ve ne tarz farklılık veya aynılaşıma oluşturduğunun saptanması amaçlanmıştır. Bu bağlamda depolama ve saklama konusunda; depolama süreleri, mekânların depolamaya yönelik yaklaşımları, ürünleri kullanım amacına göre depolama ve yöresel saklama yöntemlerinin kullanımından bahsedilecektir. Yeri geldikçe de depolama ve saklama teknikleri ile damak tadı konusuna da değinilecektir.

Depolama Süresi: Depolama süresinin üç nedenle değişiklik gösterdiği alan çalışmasında gözlemlenmiştir: Kullanılacak ürünün dayanıklılık süresi, depolanma şekli ve ürünün işlenmiş olma durumu. Sınıflandırılacak olursa ürünler için kısa süreli (1-2 gün), orta süreli (1-2 hafta) ve uzun süreli (1 ay ve üzeri) depolanabilir şeklinde ele alınabilir. Örneğin; pişirilmiş bir yemek kısa süreli, sebzeler orta süreli ve baklagiller uzun süreli depolanabilmektedir. Depolama şekli ürünün depolanabilme süresini önemli ölçüde değiştirir. Soğutucu aracılığıyla orta süreli olarak depolanabilecek bir ürün (et, balık, bazı sebzeler gibi), derin dondurucuda, uzun süreli olarak depolanabilmektedir. Benzer şekilde, ürünün işlenmiş olma durumu kısa veya orta süreli depolanabilen bir ürünü farklı yöntemlerle işlenerek uzun süreli depolamaya uygun hale getirilmesini sağlayabilir. Örneğin, bir sebze kurutulursa depolanabilme süresi uzamakta ve uzun süreli depolanabilir bir ürün olmaktadır.

Depolamaya yönelik yaklaşımlar: Yeme-içme mekânlarının depolamaya yönelik yaklaşımlarına bakıldığında mümkün olduğunca az ve kısa süreli depolama kullanılması en sık karşılaşılan yaklaşımdır. Yeme-içme mekânlarının tecrübesi arttıkça depoladıkları ürün oranları ve sürenin azaldığı gözlemlenmiştir. Süreç içerisinde mekân idarecileri mevsime ve haftanın gününe göre ortalama olarak ne kadar ürün ihtiyacı olacağını tahmin etmekte ve o miktarı riske girmeden çok az üstünü günlük olarak alıp kısa süreli depolamaktadırlar. Yeme-içme mekânlarının idarecileri günlük olarak ürünleri alıp sadece günlük, kısa süreli olarak muhafazayla mekân idaresini sağlamayı bir yönetim becerisi göstergesi olarak görmektedirler. Bu şekilde yer kullanımı ve maliyet açısından fayda sağlanmaktadır. Ayrıca mümkün olan en taze ürün kullanılmaktadır. Taze ürünler kullanmanın, yemeğin niteliğini ve lezzetini olumlu

yönde etkilediği tüm idarecilerin ortak görüşüdür. Görüşülen her mekânda bulunması zor olan ürünler dışında mümkün olduğu kadar az stok kullanımının önemi özellikle vurgulanmıştır.

Tek yemeğin baskın olduğu menüleri kullanan ve tedarikçileriyle çok yakın çalışan mekânların günlük, kısa süreli muhafazanın dışında çoğu ürün için depolama yapmamaktadırlar. Bu tarz mekânlar tedarikçilerinin depolamasını kullanarak hem yerden tasarruf etmekte hem de daha taze ürünlerle yemeklerini hazırlamaktadırlar. Ellerindeki ürünün tükenmesine yakın çok kısa sürede yenisini tedarik edebilmektedirler.

Bizim her şey günlük. Kıymayı sabah kasaptan alırsınız. Gün içerisinde hafta sonları da birkaç kere daha et alırsınız. Kasap yakın zaten. İş hızlı olduğu için bir kerede 20-25 kilo alıyorum kıymayı kasaptan. Akşam 8:30 9:00 yazın 9:00'a kadar hizmet veriyoruz. Bir gün sonraya köfte kalmıyor. (Ahmetbey Köftecisi, Kırklareli)

Menülerinde fazla ürün olan ve tedarikçilere ulaşımı zor olan mekânlar orta ve uzun süreli depolama yapmak zorunda kalabilirler. Menüler bölümünde de değinildiği gibi menüde ne kadar fazla yemek varsa o kadar fazla yemeği oluşturan malzeme çeşidi olur ve bu kadar fazla ürünün günlük olarak tedariki oldukça zordur. Bu tarz mekânlarda bazı ürünler günlük alınmakta bazıları ise orta ve uzun süreli depolanmaktadır. Mekân idarecileri et, süt ürünleri ve sebzelerin büyük bölümünü soğutucu veya derin dondurucularda; baharatlar, baklagiller ve oda sıcaklığında tutulması gereken sebzeleri (sarımsak gibi) rutubetsiz, fazla ışık almayan ortamlarda sakladıklarını belirtmektedirler. Alan çalışmasında bu depolama uygulamaların yiyeceklerin tazelik süresini uzatmak için genel kabul görmüş yöntemler olduğu gözlemlenmiştir.

Ürünlerin kullanım amacına göre depolama: Depolamanın sadece ürüne göre değişmediği aynı zamanda ürünün kullanım amacına göre de depolama uygulamasının değiştiği alan çalışmasında görülmüştür. Çünkü pişirilmesi planlanan yemek tüm aşamaları şekillendirdiği gibi depolama aşamasını da şekillendirmektedir. Örneğin; ızgara yapılacak et farklı şekilde depolanırken, tavada pişirilecek et farklı depolanabilir.

Dondurucumuz var, oda en fazla bir hafta. Dinlendirilmesi gereken etler var. Yumuşak yapılması gereken özel sos terbiyelerimiz var. Etten ete farklılık gösterir bazıları günlük bazıları değil. Örneğin kuşbaşını soslayıp dondurucuya koymak zorundayız yumuşaması için. Saç kavurmayı farklı. Kaz başı farklı. Taşlık farklı. Ürüne göre depolama şekli değişiyor. (Avlu, Antakya)

Sadece et için değil sebzeler için de yapılacak yemeğe göre depolama şekli değişmektedir. Taze sebzelerden yapılması gereken yemekler için sebzeler soğutucularda, kurutulmuş sebzelerden yapılması gereken yemekler için sebzeler kurutularak nemsiz ve ıstık almayan ortamda depolanması gerekmektedir.

Menüler bölümünde bahsedilen vitrin menüleri, kullanan mekânlar için günlük muhafaza yönteminde farklılıklar söz konusudur. Vitrin menüler bir menü sunum aracı olmasının yanında depolama aracı olarak da kullanılır. Önceden bahsedildiğı gibi vitrin menüler yemeğın sunumunun yanında tazeliğini korumak amacıyla tasarlanmıştır. Yemeğın kısa süreli muhafazasında yemeğe göre değışen (örneğin; mezeler soğuk, çorbalar sıcak) bir depolama söz konusudur.

Depolama ve saklama teknikleri ile incelenen mekânlardaki yemeğın tat ve niteliğı ilişkisine bakıldığında ise işletmelerin idarecilerinin derin dondurucu kullanarak uzun süreli depolama yapmanın yemeklerin lezzetini ve kalitesini olumsuz yönde etkilediğı ortak görüşü öne çıkmaktadır. Ancak, zor bulunan ya da kısa sürede tedariki mümkün olmayan bonfile gibi etleri genelde mümkün olduğı zaman tedarik edilerek derin dondurucuda depoladıklarını belirtmektedirler. Diğer taraftan, terbiyelenen etleri bir gün dinlendirerek kullanmaktadırlar. Terbiyelenmeyen etler ise mümkün olduğı kadar kısa süreli depolanmaktadır. Taze sebzeler ve süt ürünleri de mümkün olduğı kadar az süre ile depolanmaya çalışılmaktadır. Taze tüketilmesi gereken tüm malzemeler açısından kısa depolama arzu edilen durumdur. Mevsimi olmayan sebzeler için konserve sebzelerin kullanıldığı da görölmüştür. Ancak konserve sebzeler pişirilen yemeklerin içinde kullanılır, salata ve mezelerin yapımında mevsimi olmasa da taze sebzeler kullanılır. Mevsimi dışında kullanılması gereken sebzeden soğuklar (salata ve meze) yapılacaksa kısa süreli depolanmış taze sebzeler, sıcak yemekler yapılacaksa konserve olarak depolanmış sebzeler kullanılabilir.

Yöresel saklama teknikleri: Yöresel depolama tekniklerinin kullanımı genellikle mevsimsellikle ilgilidir. Kısaca açıklamak gerekirse yöresel depolama, mevsiminde bol bulunan ürünlerin uzun süreli depolamaya uygun hale getirilmesi için yöresel yöntemlerle işlenerek mevsimi dışında kullanımının mümkün hale getirilmesidir. Menülerinde yöresel yemekler sunan mekânların büyük bir bölümünün yöresel saklama tekniklerini kullandıkları veya yöresel tekniklerle saklanmış ürünleri tedarik ettikleri gözlemlenmiştir. Yukarıda tedarik bölümünde belirtildiğı üzere turşulama, kurutma, kavurma, reçel yapma gibi geleneksel yaklaşımla belirli mevsimlerde bazı ürünler

hazırlanarak ileride kullanmak için depolanmaktadır. Bazı mekânların sebze kurutmaları, turşu ve sebze konserveleri gibi ürünleri hazırlayıp geleneksel yöntemlerle depoladıkları görülmüştür.

Tuzlu yoğurt temelinde yoğurdun ekşitilerek ayran haline gelmesiyle, sonrasında açık leğen tabir ettiğimiz kaplarda altına odunlarla yavaş yavaş pişirilerek büyük tahta kaşıklarla sürekli karıştırılarak yapılan üründür. Yoğunlaşmasıyla elde edilen krema kıvamında bir yoğurttur. İçine az bir tuz katıldığından dolayı adı tuzlu yoğurt olarak kalmıştır. Direkt ekmeğe sürülerek yenebilir, kavanoza koyularak kaldırılabilir, bir seneki zahireye kaldırılabilir, oradan alınıp yemeği yapılabilir. (*Hatay Sultan Sofrası, Antakya*)

Yöresel yöntemlerle depolanmış ürünleri bir malzeme olarak kullanmanın yanında, bazı yöresel yemeklerin yapımının ana malzemesinin yine yöresel yöntemlerle yapılmış ve saklanmış bazı ürünlerin olduğu görülmüştür. Örneğin Antakya mutfağında *yoğurt aşısı* yukarıdaki betimlemede hazırlanışı verilen *tuzlu yoğurt* ile yapılmaktadır. Burada yapılan depolanma süresi kısa bir ürünü yöresel yöntemlerle işleyerek saklama süresi uzun, benzer bir ürün elde etmektir. Bu uygulamayla yöresel bir yemek elde edilmektedir (tuzlu yoğurt olmadan özüne uygun yoğurt aşısı yapılamaz). Yine yöresel yemeği oluşturan temel etmen yöresel depolama tekniğinin kullanımınıdır.

4.5. Hazırlama (Pişirme)

Hazırlama aşamasının kapsamı; yemeği oluşturan malzemelerinin temin edilmesinden sonra başlayan ve sunum aracına (porselen tabak, güveç kap gibi) konulduğu zaman sona eren işlemler olarak ele alınabilir.

Hazırlama aşaması, yeme-içme mekânlarının en fazla farklılaştığı aşama olarak gözlemlenmiştir. Değerlendirilen hiçbir mekânda birbiriyle birebir aynı yemekle karşılaşılmamıştır. Aynı isimdeki ve menülerde benzer şekilde açıklanmış yemekler bile mekânlara özgü şekilde farklılaşmaktadır. Usul farklılaşması (yöreye özgü, mekâna özgü veya aşçıya özgü usul) bu aşamada işlenir ve yemekleri birbirinden farklılaştıran veya benzeştiren aşama olarak dikkat çekmektedir. Mekân idarecileri yemeklerin farklılaşan ya da benzeşen yönlerini ifade ederken yöresel kültür, mekân kültürü ve aşçıların kendine özgü tarzlarına değindikleri anlaşılmıştır.

Nevşehir mantısı kulaklı mantı deriz biz, büyük mantı ortasından sıkmayız böyle yani insanın boğazından sıkır gibi altından sıkırız yani kenarı kulaklı gibi olur hamuru ince olur ve yoğurtla birlikte harmanlanmış olur üstüne biz nohut serperiz bide bunun. Nohutlu salça serperiz Nevşehir mantısının özelliği budur. (*Han Odası, Nevşehir*)

...bizi yeni şeyler yaratmaya itiyor. Özünde dediğim gibi müşteri taleplerini göz önüne alarak, etlerde belirli değişiklikler, değişik yapmalar. Örneğin et soteyi yapıyorsunuz. Et soteyi normal klasik biberini, soğanını, domatesini doğra at fırına gitsin. Sonra bakıyorsun ya ben bunun içine sadece sarımsakla domates koysam nasıl olur ya da bunun içine biraz mantar doğrarsam nasıl olur, ya da içine birkaç parça patlıcan katarsam ne olur. Sonra özgün bir tarz geliyor. (Anadolu Restoran, Antakya)

Yeme-içme mekânlarında hazırlama aşamasına yönelik bulgular *ön hazırlık, işleniş ve pişirme* aşaması olarak iki ayrı aşama olarak ele alınmıştır. Böyle bir ayrımın yapılmasının nedeni mekân idarecilerinin ön hazırlık, işleniş ve pişirmeye yönelik geliştirdikleri hem zamansal hem de işlemsel olarak birbirinden ayırıştırma söylemleridir. Servis öncesinde tamamen hazırlanmış (sunuma hazır) yemekleri sunan mekânlar hariç (genelde esnaf lokantaları) tüm mekânların idarecileri, ön hazırlık, işleniş ve pişirme ayrı olarak ele almaktadırlar.

4.5.1. Ön hazırlık

Yeme-içme mekânlarında ön hazırlık mekân idarecileri tarafından hem çalışanların hem de müşterilerin servis süresini mümkün olduğu kadar başarılı ve stressiz geçirmesi adına dikkatli davranılması gereken bir süreç olarak ele alınmaktadır. Genel anlamda ön hazırlık, servis saatlerinden önce yapılan işler olarak değerlendirilmektedir. Bu yönüyle bakıldığında daha önceden bulguları verilen tedarik ve depolama aşamaları da ön hazırlık olarak görülebilir. Ancak ön hazırlığın kapsamı konusunda idarecilerin genel yargısının bu aşamaların tamamen ayrı olarak değerlendirilmesi yönündedir. Ön hazırlık denilince genelde sunulacak yemeklere özgü olarak günlük ve servis saatlerinden önce yapılan işlerin akla geldiğine yönelik bir genel kabulün olduğunu söylemek mümkündür.

Ön hazırlık süreci genelde yemekler ve servis için ayrı ayrı ele alınır ancak yemekler ve servis için yapılan ön hazırlıkların birbiriyle birebir ilişkili olduğu görülmektedir. Çünkü salondaki ön hazırlığın sunulacak yemeklere ve içeceklere göre yapıldığı ve her mekânın kendi menüsüne göre bir ön hazırlık işlemi gerçekleştirdiği gözlemlenmiştir. Mekân idarecileri de ön hazırlıktan söz ederken her ne kadar yemek ve servis için ayrı ayrı değerlendirmelerde bulunsalar da arasındaki ilişkilerden ve özgün bir ön hazırlık sürecinden sıkça bahsetmektedirler. Buna ek olarak servis saatleri öncesi yapılan günlük (rutinleşmiş ancak mekâna özgü) ön hazırlıklar ele alınırken sunulacak ikramlar için hem mutfakta hem de salonda ayrı bir ön hazırlık sürecinin yürütüldüğü

görülmüştür. Bu bağlamda bu bölüme yönelik bulgular verilirken ön hazırlık süreci servis ve mutfak için ayrı ayrı ele alınacak ve ikramlara yönelik bulgular verilecektir.

4.5.1.1. Mutfak hazırlıkları

Yeme-içme mekânlarının menülerinde yer alan her yemeğin kendine özgü bir ön hazırlık süreci olduğu söylenebilir. Bu bağlamda herhangi bir yemeği oluşturan içerik veya yemeğin tamamı, pişirme aracı ve servis ekipmanı, hazırlamayı ve sunumu pratikleştirmek için servis öncesinden hazırlandığı gözlemlenmiştir. Alan çalışmasında yemekler için servisten önce hazırlanma derecesine göre dört tarzda ön hazırlıkla karşılaşılmıştır:

- Yemeğin içeriğini oluşturan ürünlerin çiğ ve kısmen işlenmiş şekilde önceden hazırlanması
- İçeriği oluşturan bazı malzemenin önceden pişirilmesi veya pişirmeye hazır işlenmesi, kalan malzemelerin çiğ ve işlenmemiş şekilde hazırlanması
- Yemeğin sadece pişirilerek sunulacak şekilde hazır hale getirilmesi
- Yemeğin servisten önce pişirilerek tamamen hazır hale getirilmesi

İlk tarzda yani sadece içeriği oluşturan ürünlerin önceden hazırlanmasına yönelik bir ön hazırlığın genelde kısa sürede hazırlanıp pişirilebilen yemekler için yapıldığı görülmüştür. Yemeğin içeriğinde et varsa uygun şekilde önceden doğranmakta ve soğutucuda saklanmaktadır. Sebze kullanılacaksa temizlenmekte ve önceden doğranması mümkün olanlar doğranarak pişirmeye hazır hale getirilmektedir. Baharatlar, yağlar gibi neredeyse tüm yemeklerde kullanımı sabit olan ürünlerin önceki servisten oluşan eksikleri tamamlanmaktadır. Örneğin, İzmir Veli Usta Balık Pişiricisi’de sunulan tavada dil balığı fileto (müner) bu tarzda bir ön hazırlık yapılan yemeğe örnek olarak verilebilir. Önceden fileto yapılmış balık ve hazırlanmış içerikler sipariş alındıktan sonra dâhil edilme sıralamasına göre tavaya konularak pişirilmektedir.

Dil müner yapılırken dil balığı fileto kesilir, krema, badem ve çok az portakal suyuyla tavada kavrularak yapılır. (*Veli Usta Balık Pişiricisi, İzmir*)

İkinci tarzda, içeriği oluşturan bazı malzemeler (soslar gibi) önceden pişirilerek veya pişirmeye hazır hale getirilerek (hamur gibi) ön hazırlık süreci tamamlanmaktadır. Servisten önce yemeğin içeriklerinin bir bölümü pratik ve kısa sürede pişirmeye hazır hale getirilmekte, sipariş alınınca yarı hazır malzemeler birleştirilerek pişirilmektedir.

Trabzon Rüştü'nün Fırını'nda sunulan kıymalı pide bu tarzda bir ön hazırlık sürecine örnek olarak verilebilir. Pidenin hamuru servis öncesinden mayalanarak hazırlanır, içine konulacak kıyma yine servis öncesinde soğanla kavrulur. Sipariş alındığında hamur açılır, önceden kavrulan kıyma üzerine serilerek fırında pişirilir. Bu ön hazırlık sayesinde yemek müşteriye hızlı ve pratik bir şekilde sunulabilir.



Görsel 4.14. *Nevşehir Kadın Kooperatiflerim Restoran; Servis öncesi mantı hazırlığı*

Menüler bölümünde bahsedilen ana yemekler için soğuk vitrin menü kullanan mekânlarda, üçüncü ön hazırlık tarzı görülmektedir; servisten önce pişirmeye hazır hale getirilmiş yemekler genelde soğuk vitrin menülerde muhafaza edilirler. Örneğin Antakya Pöç Kasabı'nda sunulan kâğıt kebabı bu tarz bir ön hazırlık sürecine tabi tutulur. Servis öncesinden et zırhla kıyılır, diğer taraftan sarımsak, kapyra biber ve maydanoz ayrı bir şekilde yine zırhla kıyılır ve kıyılan et ile harç harmanlanıp baharatlanarak yoğrulur. Bu haliyle kâğıt kebabının sunulabilmesi için yapılması gereken son işlem pişirmektir. Sipariş alındıktan sonra pişirilir ve servis edilir. Benzer şekilde önceden hazırlanan içli köfte, sipariş alındıktan sonra haşlanarak ve/veya kızartılarak servis edilir.

Karşılaşılan son ön hazırlık tarzı, yemeğin sipariştten önce tamamen sunuma hazır hale getirilmesidir. Yemek servis saatinden önce hazırlanmakta ve pişirilmektedir. Sipariştten önce sıcak olarak sunulan yemekler (çorba, ara sıcak ve ana yemekler gibi) sıcaklığı korunur şekilde, soğuk olarak sunulan yemekler ise (mezeler ve soğuk tatlılar gibi) tazeliği korunacak şekilde tutulur ve sipariştten sonra sunum aracına (tabak, sahan, kiremit gibi) konularak servis edilir. Vitrin menü kullanan yeme-içme mekânlarında ise servise hazır yemekleri vitrin menülerde muhafaza ederler. Örneğin, Konya Hacı Şükrü'de sunulan fırın kebabı servise başlamadan önce hazırlanır ve pişirilir. Fırın kebabının servis sıcaklığında kalması için pişirildiği fırın söndürülmez, servis sonuna

kadar (önceden pişirilen fırın kebabı bitince servis kapanır) fırın kebabının mevcut ısını koruyacak şekilde yavaş yanması sağlanır. Antakya Sultan Sofrası'nda sunulan ekşi aşı da servisten önce günlük olarak pişirilir ve sıcak vitrin menüde tutulur, benmari usulü ısıtmayla servis süresince sıcaklığının korunması sağlanır.

4.5.1.2. Salon hazırlıkları

Yeme-içme mekânlarında salon hazırlıklarının genelde materyal hazırlıklarıyla ilgili olduğunu söylemek mümkündür. Masalar, masa örtüleri, yemek takımları, tabaklar, bardaklar, tuzluk ve karabiberlikler, baharat kapları (nane, kimyon, pul biber gibi), peçetelikler ve vazolar gibi masaların üzerinde bulunan tüm gereçlerin servisten önce hazırlandığı görülmüştür.



Görsel 4.15. *Gaziantep Bayazhan: Ön hazırlık süreci tamamlanmış masalar*

Bunlara ek olarak servis esnasında kalkan masaların hızlı şekilde yeni servis için hazırlanması ve servis esnasında doğabilecek araç ve gereç ihtiyacının giderilmesi için gerekli tüm malzemelerin yedeklerinin de önceden hazırlandığı gözlemlenmiştir. Bu hazırlıklar neredeyse tüm mekânlarda birbirine oldukça benzer şekilde yapılmaktadır. Salon hazırlıklarında farklılaşmalara ise kendine özgü bir yeme usulü olan yemeklerin sunulduğu ve tematik ortam oluşturulmuş mekânlarda karşılaşılmıştır.



Görsel 4.16. *Trabzon Rüştü'nün Fırını; Masa üzeri ön hazırlık ve etrafı bıçakla kesilmiş pide*

Örneğin, Trabzon Rüştü'nün Fırını'nda, pidelerin özgün yeme usulü dolayısıyla masalarda çok sayıda bıçak bırakılır. Müşteriler servis edilen pidenin etrafındaki ekmeği bıçakla keser, kesilen parçaları pidenin iç kısmına bandırarak yerler. Trabzon pidesine özgü bu yeme şekli masanın hazırlanış biçimini, küreselleşmiş denilebilecek çatal, kaşık ve bıçakla (standart kuver) hazırlanışından farklılaştırmıştır.

Menüler bölümünde söz edilen “farklılaşma” iddiasının salon hazırlıklarına da yansıdığı söylenebilir. Kullanılan servis ve dekorasyon materyallerinin önemli bir kısmı, işletme için belirlenen temaya yönelik seçildiği görülmüştür.



Görsel 4.17. *Konya Konak Restoran: Yer sofrası şeklinde tasarlanmış oda.*

Masalar, sandalyeler ve masa üstünde yer alan servis gereçleri gibi ortamın bir parçası olan ekipmanların mekânda sunulan temayı yansıtır şekilde olmasına çalışılmaktadır. Örneğin, tarihi konakların yeme-içme mekânı olarak kullanıldığı mekânların hemen hemen hepsinde en az bir odanın yer sofrası şeklinde tasarlandığı görülmüştür. Ek olarak bakır takımlar, tabaklar, yağdanlıklar, tuz değirmenleri ve

sahanlar, toprak kaplar gibi tarihi görünümlü ekipmanların kullanımıyla da karşılaşmıştır.

4.5.1.3. İkramlar

Yeme-içme mekânlarında ikramların servis öncesinde planlanmamış (anlık gelişen) ve planlanmış şekilde servis edildiği gözlemlenmiştir.

Planlanmamış ikramlar genelde müşteri memnuniyeti adına menüde zaten yer alan bazı yemeklerin veya içeceklerin ikramıyla gerçekleştirildiği gözlemlenmiştir. Bu bağlamda önceden planlanmamış ikramlar için ayrı bir ön hazırlık süreci söz konusu değildir. Önceden planlanmamış ikramlar genelde servis esnasında bir sorunla karşılaşan, yüklü hesap ödeyecek masalara, tanıdık ve sürekli müşterilere sunulduğu görülmüştür. Görüşülen idareciler, böylesi ikramlarla müşteri memnuniyeti sağlamak, yaşanan bir sorunun çözümüne katkıda bulunmak, gönül almak, müşterilerin tekrar yeme-içme mekânına gelmesini sağlamak ve müşterilerin çevrelerine yeme-içme mekânını olumlu tanıtmalarını sağlamak gibi amaçları hedeflediklerini ifade etmektedirler.

Planlanmış ikramlar ise genelde maliyeti düşük (ekonomik anlamda mekâna fazla yük olmayacak) ürünlerden seçildiği görülmüştür. Ana yemekler genelde et ağırlıklı yemekler iken ikramlar sebze, meyve, tahıl, baklagiller, süt ürünleri ve sıcak içecekler ağırlıklıdır. Sunulması önceden planlanmış bu ikramlar, bağımsız bir ön hazırlık gerektirmektedir. Planlanmış ikramlar farklı amaçlarla belirli bir ön hazırlık işleminden geçirilerek sunuma hazır hale getirilmektedir. Bu amaçlar aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Müşteri memnuniyetinin sağlanması
- Yeni veya yöresel bir yemeğin veya içeceğin tanıtımı
- Yemek öncesi iştah açıcı olarak ve mideyi yemeğe hazırlama
- Yemek sonrası hazmı kolaylaştırma
- Birbirini tamamlayan yemeklerin lezzeti pekiştirmek için sunulması
- Sofrayı veya tabağı zengin gösterme
- Mevsimsel ürünlerin sunumu

Genel anlamda müşterilerin mekândan memnun ayrılmasında ikramların bir araç olarak kullanıldığı görülmüştür. Bu bağlamda tıpkı önceden planlanmamış ikramlarda

olduğu gibi planlamış ikramların sunulmasında ana amacın müşteri memnuniyeti sağlamak olduğu idareciler tarafından sıkça belirtilmektedir.



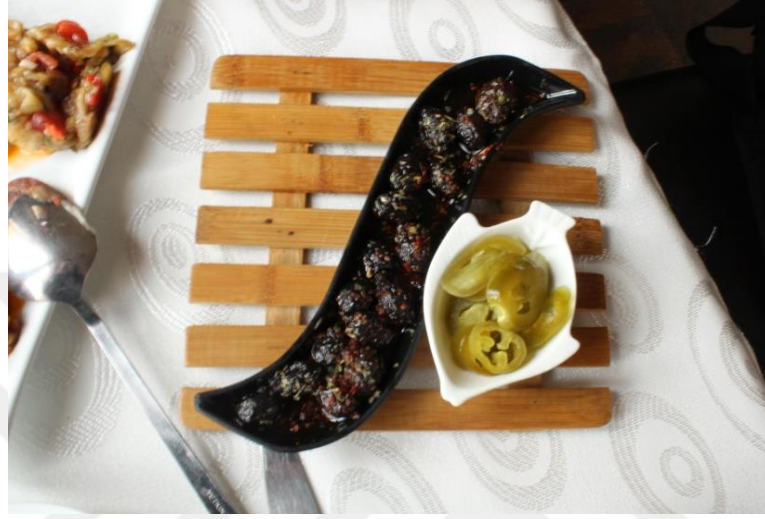
Görsel 4.18. *Gaziantep Halil Usta Kebapçı; Servis öncesi hazırlanmış kaşık salatalar.*

Alan çalışmasında bazı mekânlarda menüye yeni eklenen ve/veya yöresel olan ve müşteriler tarafından pek bilinmeyen bazı yemekler veya içeceklerin de küçük porsiyonlar halinde müşterilere ikram edildiği görülmüştür. Burada amacın farklı lezzetlerin tanıtılması olduğu mekân idarecileri tarafından vurgulanmıştır. Bu tarz ikramlarla genelde yöresel ve tematik menülü (yemeklerin pek bilindik olmadığı) mekânlarda karşılaşılmaktadır. Örneğin Kırklareli Kabalka'da gelen bazı misafirlere Hardaliye (üzüm ve hardal tohumundan yapılan yöresel bir içecek) tadımlık olarak sunulmaktadır. Benzer şekilde Konya Somatçı Fihi Ma Fih'te Sirkencübin şerbeti (sirke, bal ve su ile yapılır) tattırılmaktadır.

Sirkencübin şerbeti insanlar tarafından çok bilindik bir şey değil. Hz. Mevlana zamanında birebir ikram edilmiş. Biz onu insanlara tanıtmak için işin açıkçası ilk başlarda hiç ikram etmiyorduk. İsterse sunuyorduk ama şimdi her gelen herkese ikram ediyoruz ve onu tanıttığımıza da çok eminim çünkü daha öncesinden sirkencübin dediğimizde kimse bilmiyordu ama şimdi gelen soruyor ve herkes biliyor. (Somatçı Fihi Ma fih, Konya)

Yemek öncesi iştah acıcı ve mideyi yemeğe hazırlamak amacıyla sunulan ikramlarla yeme-içme mekânlarında sık sık karşılaşılmıştır. Genelde sıcak olarak sunulan ekmek ve üzerine sürülen bazı soslar (genelde sarmısaklı ve/veya zeytinyağlı) ve/veya tereyağı, zeytin, turşu, çorba ve bazı içecekler yemeklerden önce müşterilere ikram edilmektedir. Mekân idarecileri yemek öncesi sundukları ikramlarla, iştah açma ve mideyi yemeğe hazırlamanın yanında müşterilerin yemeklerini beklediği süre boyunca masaları boş şekilde beklemelerini engellediklerini (müşterilerin bu boşluktan

hoşlanmadıklarını belirterek) belirtmişlerdir. Örneğin, Antakya, Avlu Restoranda gelen her misafire Menaiş (kekik ve zeytinyağı karışımı üzerine sürülerek pişirilmiş küçük yuvarlak ekmek) verilmektedir. Nevşehir’de gözlemlenen her mekânda turşu çeşitleri, Kırklareli, Gusto Celepoğlu Konağı’nda zeytin ve bazı mezeler yemek öncesi gelen müşterilere ikram edilmektedir.



Görsel 4.19. Kırklareli Gusto Celepoğlu Konağı; Yemek öncesi ikramlar.

Yemek sonrası sunulan ikramlar alan çalışmada en sık karşılaşılan ikramlardır. Çalışmanın gerçekleştirildiği tüm mekânlarda yemek sonrası ikramlarla karşılaşmıştır. Özellikle sıcak içecekler (yoğun olarak çay ve Türk kahvesi) bütün mekânlarda yemekten sonra müşterilere sunulmaktadır. Ulusal anlamda “yeme-içme mekânlarında yemekten sonra sıcak içecekler ikram edilir” anlayışının geliştiğini söylemek mümkündür. Öyle ki mekân müşterilerin çoğunun yemeklerinden sonra sıcak içecek ikramı beklentisinde oldukları gözlemlenmiştir. Sıcak içeceklerin yanında bazı tatlıların ve meyvelerin de yemek sonrası müşterilere ikram edildiği görülmüştür. Meyveler genelde mevsimsel olarak seçilirken (yaz aylarında karpuz gibi), tatlılar ikram olarak genelde maliyeti daha düşük (irmik helvası gibi) veya sadece tadımlık porsiyonlar halinde sunulmaktadır. Örneğin, Trabzon Zeki Usta Balık restoranda her müşteriye mutlaka yemek sonrası helva ikram edilir. İkram edilen helva servisten önce hazırlanır, tabaklara doldurulur ve misafirler yemeklerini bitirdikten sonra ikram edilir. Mekân idarecisinin söylemiyle “balıktan sonra helva yenir” (yerel anlatımla “balıktan sonra helva yiyeceksin ki balık öldüğünü anlasın”) genel yargısının bir sonucu olarak müşterilere ikram edilmektedir.

İkramlar bizim için çok önemli gerçekten, vazgeçilmezimiz. Müşteri birincisi geldiği zaman güzel karşılamak, güzel ağırlamak, oturduktan sonra da ne ikram edebiliriz? Salata ikram edebiliriz, turşu ikram edebiliriz yemeklere başlamadan önce, yemeklerini beklerken bu tür şeyleri ikram ediyoruz. Yemekten sonra çay, kahve ikramımız oluyor. Büyük gruplarda yine böyle bazen ırmik helvası, elimizde tatlılar filan varsa bunlardan ikram edebiliyoruz. İkramlarımız oluyor bu da bizi memnun ediyor çünkü müşteri memnuniyeti bu işi yapıyorsanız birinci sırada. (Zeytin Ev Yemekleri, Nevşehir)



Görsel 4.20. Konya Hacı Şükrü: Fırın Kebabı ve İkramlar.

Yeme-içme mekânlarında lezzeti pekiştirmek amacıyla ikramların sunulmasıyla da sık sık karşılaşılmıştır. Genelde sipariş verilen yemeğe göre değişiklik gösterecek şekilde salata çeşitleri, pilavlar, soslar, yeşillikler, baharatlar, ara sıcaklar ve mezelerin lezzeti pekiştirmek adına ikram olarak sunulduğu görülmüştür. Mekân idarecileri bu tarz ikramları “yanında iyi gider” söylemiyle nitelemektedirler. Bir bakıma lezzetin tamamlayıcısı olarak görmektedirler. Bu ikramlar da servis saatinden önce, menüde yer alan yemeklere göre hazırlanır. Köftenin yanında piyaz, közlenmiş biber ve domates, kuru fasulyenin yanında pilav bu tarzda ikramlara örnek olarak verilebilir.



Görsel 4.21. Gaziantep Aşina Restoran: Tabak hazırlığı.

İkramların, tabağın ve sofranın göze hoş gelecek şekilde düzenlenmesi için sunulduğu da gözlemlenmiştir. Yemeğe göre değişiklik göstermekle beraber tabağın sadece ana yemekle sunulması tabağı boş gibi gösterebilir ve yemeğin az olduğu hissiyatı yaratabilmektedir. Benzer şekilde masada sadece ana yemek tabağının durması benzer hissiyatı verebilmektedir. Bu boşluklardan kaçınılması amacıyla bazı ikramların tadımlık olarak ana yemeğin yanına konulduğu görülmüştür. Bu ikramların genelde ana yemeğin tamamlayıcısı yemeklerden seçildiği görülmüştür.

Mekân idarecileri bu tarz ana yemek yanı ikramları “tabağın, sofranın zengin durması” betimlemesiyle açıklamaktadırlar. Bu ikramlar genelde közde veya yağda kızartılmış veya haşlanmış sebzeler, pilavlar, salatalar ve mezelerdir. Genelde yeme-içme mekânlarının menüsünde yer alan birden fazla yemek için aynı (örneğin; tüm ızgaralar için aynı) veya oldukça benzer ana yemek yanı ikramların (bir eksik bir fazla) olduğu görülmüştür. Bu ikramlar için yapılan ön hazırlık genelde yanında sunulacağı ana yemek için yapılan ön hazırlıkla ilişkili yapıldığı görülmüştür.

Mesela misafir sadece şiveydiz istiyor, masa biraz boş duruyor. Biz bundan rahatsız oluyoruz. Aslında yanında pek bir şey yenmez ama biz yine de masaya bir şeyler bırakma gereksinimi duyuyoruz. (*Yesemek, Gaziantep*)

Standart olarak mevsimine göre masalarda baharatlarımız ve yeşilliğimiz vardır. Örneğin bir tere zamanı tere sunarız, turp zamanı turp sunarız. Nane, maydanozla limon ve taze biberle birlikte. Bunlar masalarda direk ikram içerisinde. (*Hatay Sultan Sofrası, Antakya*)

Mevsimsel ürünlerin ikramı da yeme-içme mekânlarında karşılaşılan bir durumdur. Genelde yöreye özgü olan mevsimsel ürünlerin maliyeti düşüktür, bol bulunur, lezzetlidir ve mevsiminde taze olarak sürekli temin edilebilmektedir. Müşterilerin yemekten önce, yemek esnasında veya yemekten sonra bu mevsimsel ürünleri zevkle tükettikleri gözlemlenmiştir. Mevsimsel ürünlerin ikramının yemeğe göre değişmediği ve her müşteriye sunulacak şekilde günlük olarak tedarik edilerek servisten önce hazırlandığı görülmüştür.

4.5.2. İşleniş ve pişirme

İşleniş ve pişirme aşaması ön hazırlık sonrası (genelde sipariş alındıktan sonra) yapılan işlemler olarak ele alınmıştır. İşleniş ve pişirmeye yönelik bulguların birlikte verilmesinin nedeni ise çoğu yemeğin hazırlanmasında bu iki aşamanın eş zamanlı ve iç içe geçmiş şekilde yapılmasıdır. Bu çerçevede, işleniş ve pişirme aşamasında

hazırlamaya yönelik kullanılan terimler, yemeklerin içeriği, hazırlanış tarzı ve pişirilme yöntemleri üzerinde durulacaktır.

4.5.2.1. Hazırlamaya yönelik tanımlama terimleri

Yemeklerin hazırlanış tarzını betimlemeye yönelik olarak görüşmelerde yeme-içme idarecilerinin mutfaka özgü sayılabilecek bazı terimleri sıklıkla kullandıkları görülmüştür. Bu terimler hazırlanış tarzını betimleme amacıyla kullanılan özgün tanımlama terimleri olarak ele alınabilir.

Kullanılacak miktara yönelik olarak kütle ve hacim ölçü birimlerinin (gram, kilogram, litre gibi) yanında, mutfakta kullanılan ekipmanların yardımıyla ve kullanılan bazı kalıplarla tanımlamalar yapılmaktadır. Örnek verilecek olursa; *200 gram, yarım litre* (kütle ve hacim ölçü birimi), *çay, tatlı veya çorba kaşığı, su bardağı* (ekipmanlar yardımıyla), *bir çimdik, göz kararı, üzerini kapatacak kadar, aldığı kadar* (kalıp terimler) kullanılacak miktarı belirtmede sıkça kullanılmaktadır.

Laz böreği muhallebi ile olur, sütle yaparsın, bir tepsiye on yumurta kırarsın, çırparsın ona yetecek şeker mesela üç bardak seker ekliyorsun yumurtaya çırpır köpürtürsün yapacağın kadar. Mesela 2 litre süttten yapsan 6-7 kaşık un koyarsın onu muhallebi gibi pişirirsin güzel azıcık yoğurt ona azıcık limon sıkarsın keser, muhallebisi kesik kesik olur. Ondan sonra hamurunu baklavalık yufkayı açarız. Hazır değil biz kendimiz açarız on yaprak tepsinin altına yağlayarak arasına muhallebiyi koyarız, üstüne tekrar yaprak on tane, yaprak dediğim yufka bolcana yine tereyağı ile dilim dilim keser pişiririz fırında üstüne çok az şerbet, yani ağda, şeker ağdası çok az gezdiririz hem görünümü güzel olur. (*Kulüp Bahçe, Trabzon*)

Doğramaya yönelik olarak uluslararası olarak kabul görmüş Fransız menşeli bir standartlaşma söz konusu olsa da, yeme-içme idarecileri bazı kalıplaşmış tanımlayıcı tabirler kullanabilmektedirler. Doğrama ve kıyma işlemi, “*küp küp*”, “*şerit şeklinde*”, “*kuşbaşı*”, “*ezme şeklinde*” ve “*ince ince*” gibi zarflarla betimlenerek anlatılmaktadır. Benzer şekilde zamanlamaya yönelik olarak başkalarına daha açıklayıcı hale getirmek için kullanılan bazı tabirler de söz konusudur. Yeme-içme idarecileri, malzemenin bir diğeriyle birleşebilmesi için alması gereken kıvam, hal için şöyle ifadeler kullanmaktadırlar: “*Pembeleşinceye kadar*”, “*eriyince*”, “*suyunu verince*”, “*yağı çekince*”, “*süner sünmez*”, “*soğuduktan sonra*”, “*kokusunu verince*” ve “*tel tel olana dek*” vb.

Sembüseğin temeli çok eski yıllara dayanan yüz yıllara dayanan bir börek tarzıdır. Temelinde baklava yufkasından yapılır. Daha önceden kıyılmış olan küçük soğan parçaları

kremalize edilir. Küçük kuşbaşı etler karıştırılarak bunlar pişirilir. Ancak bu et soğuduktan sonra dövülür ve bir harç meydana getirilir. Yufka açıldıktan sonra bu soğuk hazırlanan harçla üçgen şekilde katlarız. Birkaç katladıktan sonra kenarlarını iki parmak arasında kapatarak yaparken de üzerine tereyağı serperek tepsilere dizeriz ve bunu fırınlayıp yaparız *(Hatay Sultan Sofrası, Antakya)*

Kullanılan bu kalıpların bazıları oldukça anlaşılırken (bir su bardağı gibi), önemli bir kısmı görecelidir (ince ince, aldığı kadar, kulak memesi kıvamında gibi). Bu göreceli kavramları kullanırken idareciler sıklıkla yemeklerin hazırlanış tarzının teorik tanımlamalardan daha yaparak anlatmanın daha geçerli olduğunu vurgulamışlardır.

4.5.2.2. Yemek içerikleri

Yeme-içme mekânlarında sunulan yemeklerin içerikleri destinasyonlar bazında farklılıklar göstermektedirler. Bazılarında yemeği oluşturan malzeme çeşitliği iki üç ile sınırlı olan sade yemekler, bazılarında ise 10-15 farklı malzeme kullanılan daha karmaşık yemekler dikkat çekmektedir. Örneğin köfte Nevşehir’de görüşülen yeme-içme mekânında 10-12 malzemeye yapılırken, Trabzon’da sadece üç malzemeye yapılmaktadır. Satın alma aşamasıyla paralel olarak yemek içerikleri ele alınırken et, sebze, tahıl ürünleri, baklagiller, süt ürünleri ve baharatların kullanımının üzerinde durulacaktır.

Yeme-içme idarecileri tarafından tarif edilen ana yemeklerden ilk olarak bahsedilecek konu etin yeme-içme mekânlarında baskın içerik olarak kullanılmasıdır. Bu bulgu yeme-içme mekânlarında yöresel yemeğin sunumuyla ilgili bölümünde söz edilen dışarda yemek denilince insanların aklına et yemeği (genelde kırmızı et olmak üzere küçük ve büyük baş hayvan, tavuk ve balık eti) geldiği açıklamasını destekler niteliktedir. “Ev dışı yemeklerin etli yemek olması gerekir” anlayışının tüm destinasyonlarda egemen olduğunu göstermektedir. Yöresel yemekler yapan mekânlarda en çok kuzu eti kullanıldığı görülmektedir. Mekân idarecilerinin kendi deyimiyle kuzu etinin “kemiğe yakın” olan bölümleri (kol, gerdan ve kaburga) yöresel yemek yapılan mekânlarda en sık kullanılan bölümlerdir.

Yani Hacı Şükrü zamanında et iyi olmadığı zaman dükkânı kapatır 3 ay açmazmış. Yani iyi et bulana kadar dükkân açılmazmış. Bizim ana maddemiz et yani bizim etimiz kötü olursa ustalığımız ne kadar iyi olursa olsun kebapta biz o lezzeti yakalayamayız. *(Hacı Şükrü, Konya)*

Ancak yeme-içme mekânlarında sunulan ana yemekler de etin baskın malzeme olmasının bazı istisnaları gözlemlenmiştir. İlk olarak yöresel yemeklerin bir bölümünde et bulunsa bile baskın olduğu pek söylenemez. Örneğin, Antakya’da yapılan *kabak boraninin* içerisinde et olmakla beraber kullanılan ana malzeme kış kabağıdır. Ana malzemenin kış kabağı olduğu hem ismiyle vurgulanır hem de kış kabağının kullanımı etin kullanımından daha baskındır. İkinci istisna ise nadir kullanılan malzemelerle yapılan yemeklerde gözlemlenmiştir. Mevsimsel, tedariki zor olan ve/veya çok az çeşit yemekte kullanılan bir malzemeyle yapılan yemekler bu şekilde ele alınabilir. Örneğin zerdeçalı bulgur aşısı yemeğinde et bulunmasına rağmen vurgulanmak istenen zerdeçaldır. Bu baskınlığa paralel olarak yemeğin tarifi verilirken ilk vurgulanan malzeme zerdeçal olmuştur. Türkiye’de yemeklerde kullanımına sık karşılaşılmayan zerdeçal bir farklılık unsuru olarak yemekte baskın hal aldığı söylenebilir. Bu konuda diğer bir gözlem ise içerisinde et bulunmayan ana yemeklerin, ana yemekler bölümünde olmayıp vejetaryen menü olarak belirtilen ayrı bir bölümle bulunmasıdır.

Zerdeçalı bulgur aşında zaten onun şöyle bir tarihselliği var tarihimize de yapılmış Selçuklu zamanında ayrıca kurtuluş savaşında sulusu yapılmış ama bizdeki biraz daha katı. Zerdeçal var, bulgur var içerisinde, soğan var, dana eti ve baharatlar var. Baharatlar zerdeçal, karabiber, kimyon, tuz ve tarçın var. (*Somatçı Fihi ma Fih, Konya*)

Sebzeler kullanımı değerlendirilen yemeklerin tamamında karşımıza çıkmıştır. Sebzeler; ana yemeklerde etle beraber, ana yemeğin baskın meselesi olarak ve meze ve salatalarda kullanılmaktadır. Ana yemeklerde etin yanında sebzelerin kullanımıyla tüm ana yemeklerde karşılaşılmıştır. Ana yemeklerde sebze kullanımı etle beraber pişirilmesi ve/veya ayrı olarak sunulmasına göre ele alınabilir. Örneğin fırın kebabının yapımında sadece kırmızı et ve tuz kullanılmasına rağmen yanında mutlaka çiğ kuru soğan servis edilir. Izgara etlerin yanında da çiğ veya közlenmiş olarak sıkça biber, domates ve soğan gibi sebzeler görülmektedir. Izgaralarda eğer sebze etle beraber pişirilirse genelde yapılan yemek o sebze ile anılmaktadır. Patlıcan, soğan ve domates kebabı bu nitelermeye örnek olarak verilebilir. Buna ek olarak tava ve tencere yemeklerinde de sebze kullanımıyla karşılaşılmaktadır. Tava ve tencere yemeklerinde sebze genelde etle birlikte pişirilmektedir. Etle beraber pişirilmeyen sebzeler ise ana yemeğin yanına konulmaktadır.



Görsel 4.22. *Trabzon Komaroğlu Akçaabat Köftecisi: Köftelerle beraber pişirilen biber ve domates.*

Sebzeler ana yemeklerde kullanımının yanında mezeler, salatalar ve soslarda baskın içerik olarak kullanılır. Sebzelerin salata ve mezelerde kullanımı ayrı bir yemek olarak betimlenmesine rağmen (özgün isme ve menüde ayrı bir yere sahip olma) yine ana yemeğin tamamlayıcı olma özelliğini hatırlatır. Salata ve mezelerin sunumları genelde ana yemeklerden daha küçük porsiyonlar halindedir.

Sosların kullanımıyla ise nadir karşılaşılmıştır. Sosların genelde ana yemeğe lezzet katıcı olarak kullanıldığı görülmüştür. Soslar yemeğin üzerine dökülerek veya yanında küçük bir kaptan servis edilmektedir. Örneğin Kırklareli köftesinin yanında biberden yapılmış sosun servis edildiği Kırklareli’nde farklı mekânlarda görülmüştür. Sos kullanımının yeme-içme mekânlarında son yıllarda yaygınlaştığı idareciler tarafından vurgulanmıştır.



Görsel 4.23. *Kırklareli Dörtler Köftecisi: Köftelerin yanında ikram edilen sos.*

Köftenin yanında verdiğimiz sos sonradan çıktı, önceleri yoktu, birileri yaptı, tutunca herkes vermeye başladı. (*Dörtler Köftecisi, Kırklareli*)

Tahılların hamur yapımında (ekmek çeşitleri, pide hamuru vb.), pilavlarda, mezelerde ve yemeklerde kıvam ve lezzet verici olarak kullanıldığı gözlemlenmiştir. Ekmek, içeriğinde hamur kullanılan (pide, lahmacun, makarna gibi) yemeklerin dışında, mekânların tamamında ve her çeşit yemekle birlikte servis edilmektedir. Pilavlar da benzer şekilde ana yemeklerin yanında tamamlayıcı olarak kullanılmaktadır. Bu bağlamda tahıllı ürünlerin yeme-içme mekânlarında en fazla kullanılan malzeme olduğu söylemek mümkündür.

Tuz, alan çalışması yürütülen her destinasyonda ve ele alınan her yemekte kullanılmaktadır. Genel anlamda karabiber, kimyon, pul biber ve kuru nane kullanılan yemek pişiriminde ulusal anlam kazanmış baharatlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Baharatlar ele alınan destinasyonlar arasında en göreceli yaklaşılan içerik olarak karşımıza çıkmıştır. Bazı destinasyonlarda baharat kullanımı neredeyse hiç yokken bazılarında oldukça yoğundur. Baharatların az kullanıldığı destinasyonlarda (Kırklareli, Konya, Trabzon ve İzmir) baharat kullanımının diğer içeriklerin özgün lezzetini örttüğü görüşü hâkimdir. Diğer destinasyonlarda ise (Gaziantep, Antakya, Nevşehir) baharat yemeğe lezzet katar görüşü öne çıkmaktadır. Özellikle Antakya'da yemekler tarif edilirken baharatlara ayrı önem verilerek ve nasıl olması veya olmaması gerektiği detaylıca anlatılmaktadır.

Çökelek salatasının baharatları; kimyon, kekik, pul biber, toz biber ama piyasada satılan ulu orta pul biber değil direk kurutulmuş baş biberden çekilen biber. Neden? İçinde katkı olmadığı için ekşime yapmaz çökekte. Bu salçalarda bazı yemeklerin erken bozulmasının nedeni o salçalardaki katkıdır. Bunlar çok önemlidir biz bunlara çok önem veriyoruz. Yani cevizli biberde de bu geçerlidir. (*Anadolu Restoran, Antakya*)



Görsel 4.24. Antakya Konak Restoran: *Karışık Meze Tabağı*. Mezelerin hepsinde baharat kullanılmış ve üzerine ek olarak toz biber dökülmüştür.

Baklagillerin kullanımıyla genelde ana yemeklerin, çorbaların ve mezelerin yapımında karşılaşılmıştır. Kuru fasulye, nohut ve mercimek tüm destinasyonlarda sıklıkla ve benzer yemeklerin yapımında kullanılan ulusal anlamlar kazanmış baklagillerdir.

4.5.2.3. Hazırlanış tarzı

Yeme-içme mekânlarının idarecileri yemeğin hazırlanış tarzını *yemeği pişirenin ustalığını gösterme alanı* olarak betimlemektedir. Öyle ki hazırlanış tarzı farklı yemeklerin birbiriyle aynı içeriklere sahip olsalar bile birbirinden farklı yemekler oluşturacağı sıklıkla idareciler tarafından belirtilmektedir.

Mekân idarecilerinin hazırlanış tarzına yönelik olarak yaptığı betimlemelerde öne çıkan dört konu: Yemeği oluşturan içeriklerin miktarı, katı içerikleri doğranma şekli, içeriklerin hazırlanan yemeğe katılma sıralaması ve zamanlamasıdır. Bu konular hazırlama tarzına yönelik olarak yemeği farklılaştıran veya benzeştiren değişkenler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yemeği oluşturan içeriklerinden herhangi birinin miktarının artırılması veya azaltılması o içeriğin yemekteki baskınlığını artırarak veya azaltarak yemeğin lezzetinde, kıvamında, görünümde ve kokusunda farklılıklara yol açabilecektir. Böylelikle yemek içeriğinin bir veya bir kaçında gerçekleştirilen miktar değişikliği farklı bir usul meydana çıkaracaktır. Benzer şekilde yemek içeriklerinin genel kabul görünenden farklı şekilde doğranması, içeriklerin pişme süresinin değiştirilerek lezzetinde ve görünümde farklılık yaratabilecektir.

İçeriklerin hazırlanan yemeğe katılma sıralamasında ve zamanlamasıyla anlatılmak istenen hangi içeriğin hangi sıralamayla ve ne zaman yemeğe katılacağıdır. Genel anlayışla içerikler hazırlanan yemeğe ayrı ayrı konulacaksa (tava yemekleri ve bazı tencere yemekleri) en uzun sürede pişenden en kısa sürede pişen içeriğe doğru sırayla yemeğe katılmaktadır. Tüm içerik beraber pişecekse pişirme aracının ısı kaynağına en yakın yerine (çoğunlukla en alta) en uzun sürede pişen içerikten, en üste doğru kısa sürede pişen içerikler konulmaktadır. Aroma vericilerin (baharatlar, tuz, sarımsak, soğan vb) konulma sıralamasının ve/veya pişirilme süresi (yemeği yapmaya başlarken, piştikten sonra, karamelize olana kadar vb.) ise yemeğe verilmek istenen aroma baskınlığına göre değişmektedir. Aşağıdaki örnekte görüldüğü üzere güveç yapılırken en zor pişen et en alta, en kolay pişen domates ise en üste dizilmektedir. Tuzun yemeğe konulma zamanlamasının önemi mekân idarecisi tarafından vurgulanmaktadır.

Güveçte dizme sırası çok önemli: En alta et, etin üstüne soğan, soğanın üstüne biber, biberin üstüne domates gelecek şekilde diziliyor. Tuz eklemiyoruz, eti sertleştirmemesi açısından. Daha sonra salça, bir miktar karabiber, kekik sulandırarak karıştırıyoruz bir miktar su ekliyoruz. Sonra fırına veriyoruz. (*Keyif Kafe & Restoran, Nevşehir*)

Yemeklerde kullanılan içerikler aracılığıyla yapılabildiği gibi hazırlanış tarzıyla da yukarıda belirtilen dört konuda farklıklar yaparak özgün bir usul geliştirmek mümkündür. Kısaca betimlemek gerekirse, yemeklerin hazırlama tarzında özgünleşmesi (usul farklılaşması) bu dört konuda meydana gelen değişimlerin sonucu ortaya çıkmaktadır. Hazırlanış tarzıyla farklılık yaratılma çabalarıyla alan çalışmasında sık sık karşılaşmıştır. Diğer taraftan yemeklerde hazırlanış tarzına yönelik bir standartlaşma oluşturma kısmen zordur. Mekân idarecileri aniden işten ayrılan aşçıların mekân açısından yarattıkları sorunlara genelde hazırlanış tarzı temelli değinmektedirler.

4.5.2.4. Pişirme yöntemleri

4.5.2.4.1. Pişirme araçları

Fırın (taş fırın, tandır, elektrikli ve gazlı), ocak (gazlı, elektrikli) ve ızgara (kömürlü, gazlı, elektrikli) yeme-içme mekânlarında kullanılan sabit (yeme-içme mekânlarının mutfakların belirli bir yere sabitlenmiş) pişirme araçlarıdır. Bunlara ek olarak taşınabilir araçlar “tava, tencere, şiş ve toprak kaplar (güveç gibi)” pişirme aracı olarak kullanılmaktadır. Sabit pişirme araçlarında herhangi bir taşınabilir pişirme aracı

kullanmadan pişirme gerçekleştirilebilir (közleme, pide gibi) ama çoğu zaman sabit pişirme aracıyla birlikte taşınabilir bir pişirme aracı kullanıldığı gözlemlenmiştir.



Görsel 4.25. *Gaziantep Yesemek: Bakır tencerelerde hazırlanıp vitrin menüde sergilenen yöresel yemekler.*

Alan çalışmasında yemeğin pişirilmesinde kullanılan araçların yemeğe farklı anlamlar yükleyebildiği görülmüştür. Örneğin fırında pişirme (taş fırın ve tandır) neredeyse tüm destinasyonlarda karşılaşılan ve görüşmeciler tarafından övgüyle bahsedilen ev dışı yöresel yemek pişirmenin ortak aracıdır (Konya; fırın kebabı, Nevşehir; Ağpakla, Antakya; kâğıt ve tepsi kebabı, Trabzon; Trabzon pidesi, Kırklareli; Oğlak tandır, İzmir; Urla kebabı). Kömürlü ızgara genelde ev dışı ve ulusal yemeklerin pişirme aracı olarak görülmektedir. Gazlı ocak ise, yöresel uygulamayla ev bahçesinde ateş yakılarak pişirilen tencere yemeklerinin günümüz koşullarına uyarlanması olarak görülmekte, ev yemekleri ve modern yemeklerin pişirme yöntemi olarak ele alınmaktadır. Sabit ve taşınabilir pişirme araçlarının yemeklere yüklediği anlamlara yönelik belirlenen bulgular daha açıklayıcı olması bakımından tablolastırılarak verilmiştir.

Tablo 4.2. *Sabit pişirme araçlarının yemeğe yüklediği anlamlar*

Fırın	Taş fırın	Yöresel, ulusal, ev dışı
	Tandır	Yöresel, ev dışı, ev içi (açık alan)
	Elektrikli ve gazlı	Modern, ulusal, ev içi ve dışı
Izgara	Odun Kömürlü	Yöresel, ulusal, ev dışı, ev içi (açık alan)
	Elektrikli ve gazlı	Modern, ulusal, ev içi ve dışı
Ocak	Elektrikli ve gazlı	Modern, ulusal, ev içi ve dışı

Taşınabilir pişirme araçlarının yemeğe yüklediği anlamlara yönelik bulgular ise aşağıdaki Tablo 4.3.’deki gibidir.

Tablo 4.3. *Taşınabilir pişirme araçlarının yemeğe yüklediği anlamlar*

Tava ve Tencere	Çelik, Alüminyum vb.	Modern, ulusal, ev içi ve dışı
	Bakır	Yöresel, ev içi ve dışı
Şiş	Metal	Ulusal, ev dışı, ev içi (açık alan)
	Ahşap	Modern, ev içi ve dışı
Toprak kaplar	Güveç, testi, kiremit vb.	Yöresel, ev dışı

Yukarıdaki bulgulara bakıldığında aynı yemeğin farklı araçlarla pişirilmesinin yemeği farklılaştıracağını söylemek mümkündür. Pişirme araçlarının, hazırlama tarzında olduğu gibi yemeği farklılaştırma yöntemlerinden biri olduğuna alan çalışmasında sıkça karşılaşılmıştır. Örneğin Nevşehir’de güveçte yapılıp fırında pişirilen kuru fasulye (Ağpakla), diğer destinasyonlarda tencerede yapılıp ocakta pişirilen kuru fasulyeden oldukça farklılaşabilmektedir.

4.5.2.4.2. Pişirme ve hazırlama zamanlaması

Alan çalışmasında *hazırlamayla eş zamanlı pişirme, hazırlama sonunda pişirme ve pişirme sonrası hazırlama* şekilde zamanlama açısından ele alınabilecek üç farklı tarzda pişirme yöntemiyle karşılaşılmıştır. Burada bahsedilen hazırlanma: Yemeğe konulacak içeriğin pişirmeye hazır hale (temizleme, doğrama, rendeleme, baharatlama vb.) getirilmesidir.

Kullanılan içeriklerin pişirme işlemiyle aynı anda hazırlandığı veya önceden hazırlanıp belirli bir sırayla pişirme ekipmanına konulan yemekler, *hazırlamayla eş zamanlı pişirilen* yemekler olarak ele alınabilir. Tava ve bazı tencere yemekleri, hazırlamayla eş zamanlı pişirmeye örnek olarak verilebilir. Tencere veya tavaya konulan içerikler pişerken yemeğe girecek diğer içerikler hazırlanmakta ve pişirilen içerikler yeterli pişme seviyesine ulaştığında hazırlanan diğer içerikler pişirme aracına konulmaktadır. Yemeğin hazırlama işlemi bitiminde pişmesi beklenmekte ve sunulmaktadır. Yemek bir bakıma aynı anda hem pişirilmekte hem de hazırlamanın ve pişirmenin bir bölümü gerçekleştirilmektedir. Sonuç olarak yemeği oluşturan içerikler pişme aracının içerisinde bütünleşmektedir. Bu tarz pişirilen yemeklerde içeriklerin pişirme aracına ilave zamanlaması oldukça önemlidir. Öyle ki eğer istenilen seviyede pişmeden veya fazla pişmişken bir sonraki içerik yemeğe eklenirse yemeğin bazı içerikleri fazla bazıları yetersiz pişebilir ve yemek tam olarak bütünleşemeyebilir.

Islama satır köfte dana koldan oluyor. Dana koldan satırla ince kıyma gibi dilim hale gelinceye kadar çekiyorsunuz onu. İçine soğan yine satırla çekiyorsunuz. Sonra soğanla eti birleştiriyorsunuz onun içine işte karabiberi, tuz ve bir miktarda un koyuyorsunuz. Sonra onu tereyağında kızartıyorsunuz. Kızarttıktan sonra kalan tereyağının içine bir iki damla su koyup onu sos haline getirip köfteleri onun içinde ıslatıyorsunuz. (*Kabalka, Kırklareli*)

Hazırlanma işlemi tamamen bittikten sonra pişirilen yemekler, hazırlama sonunda pişirilen yemekler olarak değerlendirilebilir. Fırın ve ızgara yemeklerinin önemli bir kısmı ve bazı tencere yemekleri bu tarz pişirmeyle hazırlanırlar. Yemek, pişirme işlemi öncesinden tamamen hazırlanır ve pişirme aracına konulduktan sonra pişirilmeye bırakılır. Örneğin pideler, ızgara köfte ve sarmalar bu tarz bir pişirmeye örnek olarak verilebilir.

Testi kebabı için dizme sırası önemli; en alta et, etin üstüne soğan, soğanın üstüne biber, biberin üstüne domates gelecek şekilde et diziliyor. Daha sonra salça, bir miktar karabiber, kekik sulandırarak karıştırıyoruz bir miktar su ekliyoruz. Sonra fırına veriyoruz. Sonra her bir saatte bir karıştırarak yaklaşık 3.5-4 saat arasında kısık ateşte şey diyorlar kara fırında pişirenler 'kuytuda' kuytuda yavaş yavaş pişiyor. (*Keyif Kafe & Restoran, Nevşehir*)

Karşılaşılan son tarz ise yemek içeriklerinin önceden ayrı ayrı pişirilerek, daha sonra bütünleştirmesiyle oluşur. Tek çeşit pişirme tekniği kullanılabileceği gibi birden fazla pişirme tekniği bir arada kullanılabilir. Örneğin Gaziantep'te Ali Nazik yapılırken patlıcanlar fırında közlenir ve ince ince kıyılır. Tuzlu ve sarmısaklı yoğurtla karıştırılır

ve sahanın içerisine serilir. Üzerine süzme yoğurt (koyun ve keçi sütünden) konulur. Kıyma veya kuşbaşı (son yıllarda Ali Nazik’te kullanımı popülerleşmiş) ayrı olarak ızgarada pişirilir ve hazırlanan sahanın üzerine konulur. Son olarak üzerine kızartılmış pul biberli tereyağı dökülerek kısa süre ocakta ısıtılır. Böylelikle Ali Nazik’in yapımı için üç farklı (fırın, ızgara ve ocak) pişirme aracı kullanılmış olur. Benzer şekilde Konya’da sebzeli közleme yapılırken bütün malzemeler ayrı ayrı olarak ızgarada pişirilir ve pişme işleminden sonra bütünleştirilir. Bu tarz bir pişirme zamanlamasında önemli olan nokta yemeğin tüketime hazır edilmesi işlemlerinin bir kısmının, yemeğin pişiminden sonra olmasıdır.



Görsel 4.26. *Gaziantep Aşina Restoran: Yuvalama yemeği için önceden pişirilmiş içerikler (nohut, yuvalama taneleri ve et suyu).*

Yeme-içme mekânlarında kullanılan hazırlama ve pişirme teknikleri yemeklerin yöresel olmasına atıflarda bulunulsa bile (ismiyle, sunum aracıyla vb.) pratikleştirilebilmektedir. Böylece daha fazla talep göreceği düşünülen şekilde farklılaştırılabilir. Bu bağlamda yöresel yemekler hazırlama ve pişirme teknikleriyle profesyonellerin ellerinde şekillenerek mekâna özgü şekilde usul bakımından farklılaşabilmektedir.

Görüşmelerde belirli yemeklere yönelik sorulan lezzeti, kokusu, görüntüsü, kıvamı ve sesi nasıl olmalıdır sorusu kılavuz kişiler tarafından oldukça zorlanılarak cevaplanmaya çalışılmış ve sorular büyük oranda cevapsız bırakılmıştır. Bu tür duyuların göreceli olması bakımından normal karşılanacak bir durumdur.

4.6. Tüketim

Tüketim aşamasının kapsamı, hazırlanan yemeğin sunum aracına konulmasından sonra başlamakta ve tüketilen yemekten kalanların (tabak, takımlar, yenmeyen yemek

vb.) bulaşıkhaneye götürüldüğü zaman sona ermektedir. Tüketim aşaması “yemeklerin sunumu” (mekân çalışanlarının eylemleri) ve “yenme şekli” (müşterilerin eylemleri) olarak iki farklı alt aşama olarak ele alınmıştır. Her iki alt aşama için de hem destinasyonlar hem de mekânlar bazında bazı istisnai farklılıklar olsa bile yüksek oranda aynılaşmanın olduğunu söylemek mümkündür.

4.6.1. Yemeklerin sunumu

Ön hazırlık başlığı altında daha önce kısaca verilen sunuma yönelik bulgular bu başlık altında daha kapsamlı ele alınarak farklılıklar ve aynılaşmalarla ilgili bulgular verilecektir. Bu bulgular karşılaşılan sunum araçları, kullanılan yöresel servis yöntemleri, yemeğin servis edilmesi ve kaldırılması ve servis zamanlaması açısından ele alınmıştır.

Yeme-içme mekânlarında karşılaşılan sunum araçları porselen, kiremit, çelik, ahşap, bakır, cam ve kâğıt parçaları, servis takımları ise çelik ve bakırdır. Mekân idarecileri yemeklere anlamlar yüklemek (yöresel, ev yemeği, modern gibi) amacıyla mekân atmosferi ve pişirme araçlarına benzer şekilde sunum araçlarını da sıkça kullanmaktadırlar. Genelde porselen tabaklarda sunumlarla karşılaşılsa da yöresel temaya sahip bazı mekânlarda, yemeklerin yöresel sunum araçlarıyla servis ettikleri görülmüştür. Örneğin; Nevşehir, Han Odası, Konya, Somatçı FiHi Ma Fih ve Kırklareli Gusto Celepoğlu Konağı kiremit, Gaziantep Yesemek ve Antakya Pöç Kasabı bakır sunum araçları kullanmaktadır. Servis takımları da sunum araçları gibi yemeğin yöreselliğini vurgulamada kullanılabilir. Gaziantep İmam Çağdaş'da ayran bakır tas ve bakır kepçeyle verilmektedir. Böylece genelde ulusal olarak görülen ayran yöresel sunumla yöreselleştirilir.

‘Kör de bilir Avanos’un yolunu testi çanak kırığından bellidir.’ diye bir söz vardır. Buna dayanarak bu yörede testi, kiremit üzerine yemekler yöresel olarak revaçta. Bunun için tavuk pirzola koyuyoruz et pirzola koyuyoruz, kuzu eti koyuyoruz, köfte koyuyoruz. Aklınıza gelecek her şey kiremitte olabilecek hepsini pişirebiliyoruz. Yani yöresel hizmet bunlar. Kiremit üzerine çalışıyoruz. (Han Odası, Nevşehir)



Görsel 4.27. *Gaziantep İmam Çağdaş: Bakır Ayran Kepçesi*

Daha önce menüler bölümünde değinilen “yöresel yemeklerin lokantalaştırması” uygulaması yemeklerin sunumunda da karşımıza çıkmaktadır. Yeme-içme mekânlarında yöresel yemeklerin evlerde yapılandan farklı şekillerde sunulmasıyla sıkça karşılaşmaktadır. Örneğin Gaziantep’te yöresel olarak kabukları soyulmadan servis edilen patlıcan, soğan ve sarımsak kebabı, misafirlerin isteğine bağlı olarak soyularak servis edilebilmektedir. Benzer şekilde Konya’da elle yenilen fırın kebabı ve Nevşehir’de keskiçle (uzun küçük ekmek) bandırılarak yenilmesiyle bilinen ağpakla yemek takımlarıyla servis edilir.

Ağpakla buraya özgü keskiçimiz var fırında pişiriyor ev hanımları, onunla beraber keskiçi bandırarak yenir. Keskiç ekmek gibi fırında ev hanımları pişirir uzun aynı normal ekmek hamuru evlerinde fırında pişirir hanımlar, o piştikten sonrada çömlekte fasulye koyarlar ağpakla önceki adıyla. Onu o şekilde yersiniz. Biz burada kaşık çatalla veriyoruz müşterilere. Müşterilerimize keskiçi söylemiyoruz söylesek de bilmiyorlar zaten. (*Kadın Girişimcileri Kooperatifi Restoran, Nevşehir*)

Yeme-içme mekânlarında ana yemeklerin genelde masadaki her müşteri için ayrı bir sunum aracı ve porsiyon miktarı kullanılarak servis edildiği görülmüştür. Az da olsa bazı mekânlarda müşterilerin isteğine bağlı olarak yemeklerin birkaç porsiyon birleştirilerek masanın ortasına servis edildiği de gözlemlenmiştir. Örneğin Antakya Pöç Kasabı’nda bakır tepsilerde sunulan kâğıt ve tepsi kebabı bir porsiyondan (250gr) 10 porsiyona kadar (2,5 kg) tek bir bakır tepside sunulabilmektedir. Benzer şekilde kiloyla sipariş verilebilen mekânlarda (Kırklareli Ahmetbey Bahar Köftecisi, Trabzon Akçaabat Komaroğlu köftecisi) siparişler masanın ortasına konulmaktadır.

Kâğıt ve tepsi kebabı için 250gr’dan tutun 2,5 kiloya kadar tepsimiz var. Mesela müşteriler biz altı kişiyiz bir tepsi yapılacak denilirse hepsini bir tepside yapıyoruz ve servisini yapıyoruz. (*Pöç Kasabı, Antakya*)

Sipariş sonrası servis yapılırken hazırlanma süresi farklı ana yemekler sipariş edilmiş olsa bile servisin aynı anda yapılmasına dikkat edildiği görülmüştür. Bu bakımdan servis süresi genelde sipariş verilen yemeklerden hazırlanması en uzun süre alan yemeğin pişirildiği zamandır. Önceden pişirilmiş yemekler sunan (genelde esnaf lokantaları) ve sıcak vitrin menü kullanan mekânlarda sipariş alındıktan sonra servis süresi oldukça kısadır. Masalarına oturan müşteriler yemeklerini neredeyse hiç beklememektedirler. Bu bağlamda yemeklerin servis süresi küresel ve ulusal yemekleri sunan mekânlarda, yöresel ev yemekleri sunan mekânlara göre nispeten daha uzundur. Ana yemeklerin beklenme süresinde genelde içecek, ikramlar ve sipariş verilmişse çorba, salata, soğuk meze ve ara sıcak servis edilmektedir.

4.6.2. Yenme şekli

Yemeklerin yenme şekli yüksek oranda müşterilerin tercihinin bırakılmış, idareciler tarafından en az müdahale edilen aşama olarak dikkat çekmektedir. Yemeklerin nasıl yenildiği, herhangi bir yemeğe özgü yeme şekli olup olmadığına yönelik gözlemlerde ve görüşme verilerinde bazı yemeklere özgü çeşitli öneriler olmasına rağmen genelde çatal, bıçak ve kaşıkla yeme usulü en yaygın karşılaşılan yöntemdir. Kullanılan diğer yöntemler ise elle yeme, ekmeğe dürüm yaparak yeme ve ekmeği bandırarak yemektir. Diğer taraftan tüketim şekli, mekânın atmosferi, mekânın türü, mekânda geçirilen zaman ve sunulan yemeğe göre farklılık göstermektedir.

Tandır elle yenir ama biz öyle müşterilere önermiyoruz. Arada diyalog geçerse söyleyebilirler de kasmıyoruz kendimizi. Gelen kişide kasmıyor kendini yani. Şimdi doğal ortam olduğu için burası insanlar daha rahatlar. (Kabalka, Kırklareli)

Tüketim şekli yeme-içme mekânının sunduğu ortamla da ilişkili olduğu görülmüştür. Daha salaş ve samimi (esnaf lokantaları gibi) mekânlarda müşteriler daha rahat (Batı tarzı küresel anlamda kalıplaşmış sofrada pratiklerini dikkate almayarak) şekilde yemeklerini yemekte. Daha nezih ve resmi mekânlarda ise müşteriler daha özenli (Batı tarzı küresel sofrada pratiklerine uyarak) bir şekilde yemek yemekte. Pirzolanın mesela normalde yeme şekli elledir. Yani pirzolanın altına folyo sarılıp o şekilde de yenir ama bazı misafirimiz tabağında bıçakla kesip yemeyi tercih ediyor. Kimisi rahat hissedip eline alıp eliyle yemek istiyor. Bu yeme şekli tabi ki insan nasıl zevkli geliyorsa o şekilde yiyor. Diğer şekillerde de hani dürüm isteyen müşterimizde oluyor bazen, aslında restoranda tabakta servis daha lezzetlidir. Bazı müşterimiz kendine özgü

kazandığı alışkanlıklarla dürüm istiyor. Yemek konusunda misafirlerimize hiçbir şekilde müdahale etmiyoruz. (*Konak Restoran, Antakya*)

Mekânda müşterilerin geçirdiği zaman da tüketim şeklinin farklılaşmasında oldukça önemlidir. Müşteriler, kısa zaman geçirilen ürün odaklı mekânlarda daha yöresel yöntemlerle (elle yeme, dürüm yapma, ekmek bandırma gibi), uzun zaman geçirilen atmosfer odaklı mekânlarda ise küresel yöntemlerle (çatal, bıçak ve kaşık kullanarak) yemeklerini yedikleri gözlemlenmiştir. Bazı mekân idarecileri çatal, bıçak ve kaşıkla yemek yemeği modernlikle ilişkilendirdiği, bazılarının ise her yemeğin kendine özgü bir yeme tarzı olduğunu ve lezzetin özgün yeme tarzıyla daha iyi alınabileceğini belirtmektedirler.

Ben bütün yemeklerin çatalla bıçakla kaşıkla yenmesi taraftarıyım. İnsanların kendilerini geliştirmeleri gerekir. (*Hatay Sultan Sofrası, Antakya*)

Anlatıyorum ben bunu çatalla yemeniz olmaz diyorum ekmeği alacaksınız kolları sıvayacaksınız eti filan ekmeği batıracaksınız suyuna öyle yiyeceksin ama insanlar gelip böyle çatalla bıçakla kesmeye kalkıyor o zaman da köfte ağlıyor işte tadı olmuyor. (*Han Odası, Nevşehir*)

Mekân idarecilerinin yeme şekli konusunda her ne kadar müşterilere müdahale etmekten çekinseler de genel kanısı her yemeğin kendine özgü bir yeme şekli olduğudur. Her yemeğe özgü olarak nasıl yendiği konusu idareciler tarafından detaylıca ve aşama aşama anlatılmaktadır. Gözlemlenen mekânlarda bol sulu, yöresel yemekler (tencere yemekleri) ve pilavlar kaşıkla; az sulu yemekler (kiremit ve tava yemekleri gibi) ekmek bandırarak veya çatalla ve kebablar elle, dürüm yaparak veya çatal bıçakla yenmektedir.

Şu şekilde pidenin kenarlarını bıçakla kesip koparıp bandıra bandıra yemesini tavsiye ediyoruz bu şekilde. Bu tüm pideler için geçerli buranın kültürü (Rüştü'nün Fırını, Trabzon)

Pilavdan dönenin kaşığı kırılın derler demek ki pilav kaşıkla yenir. Ama daha eskiden şimdiki dürüm gibi karşımızdaki fırınlar vardı pidenin içine sarıp insanlar yiye yiye yollarına giderdi (Kalkanoğlu Pilavcısı, Trabzon)

Şöyle söyleyeyim bunun özelliği elle yenmesidir. Yani önceden kesinlikle çatal verilmiyormuş hala çatal vermemek için direnen özelliğini korumaya çalışan işletmeler var biz bunları duyuyoruz. Ama çatal, bıçak ve kaşık vermediğimizde problem oluyor. Bizde diyoruz ki bunun elle yenmesi gerekir ama tercihi müşteriye bırakıyoruz, yani çatalını bıçağını kaşığını masasına bırakıyoruz. Elinizle yerseniz sıcak suyumuz var kalıp sabunla

yıkama şansınız var, bunun lezzetini daha iyi alırsınız deyip önerimizi sunuyoruz. Ama takımların servisini de yapıyoruz. (Hacı Şükrü, Konya)

Gözlemlenen mekânlarda yöresel yemeklerin yeme şekli elle, kaşıkla, dürüm yaparak ve ekmeği bandırarakdır. Alan çalışması esnasında kendine özgü yeme şekline göre çatal ve bıçak kullanılarak yenilen hiçbir yöresel yemekle karşılaşılmamıştır. Ancak yöresel yemeklerin atmosfer odaklı nezih mekânlarda çoğunlukla çatal bıçak kullanılarak yendiği gözlemlenmiştir. Örneğin idarecilerin yöresel anlamda kaşıkla yenildiği belirttiği pilavın (pilavdan dönenin kaşığı kırılsın) bazı mekânlarda çatalla yenildiği gözlemlenmiştir. Benzer şekilde elle yenilen fırın kebabı bazı müşteriler tarafından çatal ve bıçakla yemek tercih edilmektedir.

Patlıcan kebabı mutlaka ekmekle dürüm edilerek yersiniz. Patlıcanları soyup ekmeğin ortasına yatırıp, etleri, domatesi içine koyup dürüm yaparak yersiniz. Bazı yemeklerin biraz da masada hazırlanması gerekir, öyle lezzetli olur. (*İmam Çağdaş, Gaziantep*)

Yöresel yemeklerin bazılarının (soğan, domates kebabı gibi) yenmeden önceki son hazırlık aşaması masada müşteri tarafından yapılır. Müşteriler kendi damak lezzetine göre yemeği hazırlar. Bu yeme şeklinde müşterilerin yemeklerine közlenmiş sebzeler, biber ve sarımsak gibi aroma vericiler ve garnitürleri masada ekleyerek, arzuladığı şekilde (dürüm yapmak, çatalla yemek gibi) hazırlar ve tüketir. Yemek son halini masada alır ve müşterinin tercihiine özgü bir hal alır.

4.7. Yemek artıklarının değerlendirilmesi

Yeme-içme mekânlarında yemek artıkları denilince mekân idarecilerinin aklına genelde müşterilerin tabaklarından kalan yiyecekler, gün içinde satılmayan ve sonraki gün tüketilmesi uygun olmayan günlük yemekler ve tazeliğini kaybetmiş müşterilere sunulması uygun olmayan gıdalar gelmektedir. Mekân idarecilerinin bu artıkları mümkün olduğu kadar aza indirme çabası içinde olduğu gözlemlenmiştir. Genel anlamda mekânın tecrübesi (uzun süredir hizmet veren mekânlar) arttıkça artık gıda oranı azalmaktadır. Uzun süreli tecrübeye sahip mekânlarda idareciler haftanın günlerine, önemli günlere, tatillere, yılın belirli zamanlarına göre hangi yemekleri ne kadar satacaklarını iyi bildiklerini ve yemek artıklarını oldukça az seviyede tuttuklarını belirtmektedirler. İdareciler mekân işletmeciliğinin yanında yemeklerin ziyan edilmemesini insani, dini ve milli bir mesele olarak ele aldıkları görülmüştür. Bu açıdan görüşmelerde mekân idarecilerinin artık yemeklerin değerlendirilmesi konusunda

oldukça hassas olduğu gözlemlenmiştir. Herhangi bir değerlendirme yöntemi bulamadıkları yemek artıkları (müşteri tabağında kalan meze, çorba, salata, tatlı gibi) için ise oldukça sitemkâr oldukları görülmüştür.



Görsel 4.28. *Gaziantep Aşına Kebap- Baklava: Sonradan değerlendirmek üzere biriktirilen ekmekler.*

Yeme-içme mekânlarında en fazla artık olarak kalan gıda ekmek, en az kalan ise ettir. Bu bakımdan maddi anlamda gıdanın değeri arttıkça artık kalma oranı azaldığını söylemek mümkündür. Mekân idarecileri masalarda parça halinde çok miktarda ekmeğin artık olarak kaldığını belirtmektedirler.

Bizde yemek atığı olmuyor. Neden olmuyor, bakın bizim yan tarafta iki tane köpeğimiz var. Akşam olduğu zaman biz köpeklere verecek hiçbir şey bulamıyoruz. Bir defa et tabaklarından gidenler asla geri dönmüyor. Kahvaltı ürünlerinden geliyor onları da topluyoruz. Bizim köpeklerimiz yemiyorlar dışarıda sokak hayvanları var onlara aşağıda bir yer yaptık, onları besliyoruz. Onlara veriyoruz onlar yiyorlar. Onun dışında aldığımız, mesela diyelim ki, bugün aldık satılmadı yarına kaldı, yarında satılmadı, saklama süresi geçtikten sonra satılmayan ürünü biz burada personelce yiyoruz. Personel yemeği yapıyoruz. *(Kabalka, Kırklareli)*

Yemek artıklarının değerlendirmesi amacıyla karşılaşılan yöntemler; sokak ve besi hayvanlarını besleme, personel yemeği yapma, ihtiyacı olan çalışanların alıp evine götürmesine izin verme, çevrede bulunan ihtiyaç sahiplerine verme, müşterilerin artan yemeklerini paketleyip sonrasında tüketmeleri için mekândan çıkarken onlara verme ve et gibi maliyeti yüksek içeriklerin ayrılıp başka yemeklerin yapımında kullanılmasıdır.

Artık yiyeceklerle sokak ve besi hayvanlarını beslenmesi ele alınan yeme-içme mekânlarında en çok karşılaşılan uygulamadır. Görüşülen tüm mekânlarda artan

yiyecekler çeşitli uygulamalarla sokak ve besi hayvanlarının beslenmesinde kullanılmaktadır. Mekân çevresinde bulunan sokak hayvanlarını besleme, mekânın kendine veya çalışanlarına ait hayvanların beslenmesi, şehir hayvanat bahçesine bağışlama, akraba ve tanıdıkların hayvanlarını beslemek için kullanma ve mekânları dolaşıp hayvanlarını beslemek için talep eden hayvan sahiplerine verme artan yemeklerin hayvanlara ulaştırılma uygulamalarıdır.



Görsel 4.29. *Nevşehir Han Odası: Mekânın bahçesinde bakılan ve artan yiyeceklerle beslenen tavşanlar.*

Yemeklerin servis öncesinde pişirildiği mekânlarda (esnaf lokantaları gibi) gün içinde pişen yemek bir gün sonra servis edilmediği için artık yemekler genelde personel yemeği olarak değerlendirilmektedir. Eğer artık yemekler personelin tüketebildiğinden fazlaysa ihtiyacı olan çalışanların, evlerine veya tanıdıklarına götürmelerine izin verilmektedir. Nadir görünen uygulama ise et gibi maliyeti yüksek içeriklerin ayrılıp başka yemeklerin yapımında kullanılmasıdır. Diğer mekânlarda ise (servis öncesi yemeklerin pişirilmediği) tazeliğini kaybetmiş (müşterilere sunulması uygun görülmeyen) ancak tüketilmesi sorun yaratmayacak yiyecekler personel yemeği yapımında, ihtiyaç sahiplerine verilerek değerlendirilebilmektedir.

Akşam vakti en son yemek kalırsa ki kalmaz burada olan personel arkadaşlarımızla temizlikleri yaparken otururlar önce bir yemeklerini yerler, daha sonra temizliklerini yaparlar. (*Hatay Sultan Sofrası, Antakya*)

Müşteri tabaklarından artan yemekler genelde müşterilerin talebi doğrultusunda paketlenerek mekândan ayrılırken götürmeleri için müşterilere verilmektedir. Eğer müşteriler talep etmezse hayvanların beslenmesi için biriktirilmekte veya çöpe atılmaktadır.

5. DEĞERLENDİRME

Bulgular başlığı altında destinasyonlar ve destinasyonlarda bulunan mekânlara bir bütün olarak bakılmış, aynışma ve farklılaşma noktalarına yönelik genel nitelikli bulgular verilmiştir. Çalışmanın bu bölümünde ise önceki bölümlerde belirlenen aynışma ve farklılaşma noktaları destinasyonlara özgü şekilde ele alınacak ve yeme-içme bakımından destinasyonların dinamikleri değerlendirilecektir.

Destinasyonların özgünleşmesine yönelik değerlendirmeler yapılmadan önce yeme-içme mekânlarına yönelik bir genelleme yapmak faydalı olacaktır. Yeme-içme mekânları, destinasyonların önemli bir parçası olarak göze çarpmaktadır. Ele alınan destinasyonlarda turizm bağlamında iki farklı hitaba sahip yeme-içme mekânları genellemesiyle karşılaşmıştır. Bunlardan ilki şehir merkezlerinde çok sayıda, her köşede bulunabilecek halk arasında dönerci, çiğköfteci, tostçu gibi isimlerle adlandırılan ayaküstü yeme-içme mekânlarıdır. Böylesi ayaküstü yemek mekânları temel besin ihtiyacını karşılamada çabuk ulaşılabilir olması, zamandan tasarruf sağlaması, aşına olunan yemeklerin sunulması ve düşük maliyetli olması göz önünde bulundurunca çokluğu normal karşılanabilir. Bu mekânların büyük oranda Long (1998)'un belirttiği bilindik tanımlaması yakın olan, dışarda yemekle ilgili olarak fizyolojik ihtiyaç (açlığı dindirmeye) ve ekonomik (zaman tasarrufu) (Özdemir, 2010) ihtiyaçlara yönelik hizmet veren mekânlar olduğu söylenebilir. Ancak bu durumun yeme-içme bakımından destinasyonlarda yüksek oranda aynışmaya yol açmaktadır. Diğer taraftan yeme-içme mekânlarının ulusal ve uluslararası değerlendirildiği çevrimiçi siteler, yemek eleştirmenleri, yerel halk veya gastronomi turistleri tarafından bahsi geçen ayaküstü yemek mekânlarının önerildiğine veya detaylı olarak yorumlandığına oldukça az rastlanılmaktadır.

İkinci hitap şekli ise genel olarak yöresel yemekler sunan ürün odaklı mekânlar ve/veya çok merkezi olmayan, daha yavaş yemeklerin sunulduğu ortam odaklı mekânlardır. Bu tarzda mekânların destinasyonların oldukça önemli bir parçasıdır. Bu mekânların kendi başlarına bile bir turistik potansiyele sahip olduğu söylenebilir. Long (1998)'un değerlendirdiği özgün tanımlamasına yakın olan bu tarz mekânlar, hem çevrimiçi hem de diğer yollarla başkalarına anlatılmak üzere yüksek öneri oranına sahiptirler. Bu mekânlar yeme-içme bakımından destinasyonun farklılaşmasını sağlayabilmektedirler. Aynı zamanda yeme-içme bağlamında destinasyonun özgün

yönlerini ve mimarisini, mekânların ortamını ve kültürünü yansıtarak turistik çekicilik bakımından önemli bir rol üstlenmişlerdir. Bu bağlamda ikinci hitap şeklinde ele alınan mekânlar Fields (2003)'ın ele aldığı güdüleyicilerden kültürel güdüleyiciler, bireylerarası güdüleyiciler ve statü ve itibar güdüleyicilerine yakın olduğu söylenebilir.

5.1. Antakya

Antakya 2017 yılında gastronomi alanında UNESCO "Yaratıcı Şehirler Ağı"na dâhil edilmiştir. Yeme-içme kültürü anlamında uluslararası onaylanmışlık ile birlikte yöresel yemek kültürünün Antakyalılar için oldukça önemli bir övünç kaynağı olduğu göze çarpmaktadır. Antakya'da bulunan konaklama tesislerinde 2017 yılı için 626,600 yerli, 71,159 yabancı olmak üzere toplamda 697,759 kişi konaklamıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018). Gastronomi turizmi anlamında özellikle yerli turistlerin Antakya'nın yeme-içme mekânlarına olan ilgisinin artışı, hem gözlemlerde hem de görüşmeler sonucunda net bir şekilde görülmektedir. Ayrıca turistlerin Antakya'ya yönelik kültür turlarında ve bireysel Antakya seyahatlerinde yeme-içme mekânlarını bir turizm etkinliği anlamında ziyaret ederek yöresel yemeklerden tatmasına gözlemler esnasında sıkça karşılaşılmıştır. Seyahat acentalarının "Antakya Gurme Turu", "Antakya Yöresel Tatlar Turları" gibi adlandırmalarla yeme-içme mekânlarını ziyaretler, müze ve tarihi yerlerin gezintilerinden oluşan turlarıyla sıkça karşılaşılmaktadır.

Antakya'da görüşmelerin gerçekleştirildiği mekânlar: Anadolu Restoran, Avlu Restoran, Hatay Sultan Sofrası, Konak Restoran ve Pöç Kasabı'dır. Bu mekânlardan Anadolu Restoran, Avlu Restoran ve Konak Restoran ortam odaklı ve hizmet ağırlıklı, Pöç Kasabı ve Hatay Sultan Sofrasının ise ürün odaklı ve lezzet ağırlıklı mekânlar olduğu görülmektedir. Bu iki odak açısından, adı anılan işletmelerin kimlik ve yiyecek üretim süreçleri şu şekilde tablolştırılabilir.

Tablo. 5.1. Antakya mekânlarına yönelik kimlik ve süreç değerlendirmeleri.

		Ortam Odaklı Mekânlar	Ürün Odaklı Mekânlar
Kimlik	Kuruluş Yeri	Merkezi ve Kolay Ulaşılabilir olmayan	Merkezi ve Davetkâr
	Değişim	Sıklıkla	Kısıtlı
	Müşteriler	Yerel Halk Baskın	Yerli Turist Baskın
	Menü	Yöresel ve karma menüler Basılı menüler	Tek ürün baskın ve Yöresel vitrin ve sözlü menüler

Tablo. 5.1. (Devam) *Antakya mekânlarına yönelik kimlik ve süreç değerlendirmeleri.*

Tedarik		Ürün grubuna göre değişen tedarik tercihi	Aynı tedarikçiler
Depolama		Günlük Depolama Küresel Yöntemler	Günlük Depolama
Hazırlama	Ön Hazırlık	Salon – Küresel Mutfak – Farklı Yöntemler	Salon – Küresel ve özgün Mutfak – Yöresel ve özgün
	İşleniş ve Pişirme	Et ve baharat baskın Izgara, Fırın ve ocak Hazırlama Sonrası Pişirme	Et, sebze ve baharat baskın Fırın ve ocak Hazırlama Sonrası Pişirme
	Sunum	Küresel yöntemler	Küresel ve yöresel yöntemler
Tüketim		Yeme Şekli	Yemeğe ve tercihe göre değişen yeme şekilleri
Atıkların Değerlendirilmesi		Mekâna Özgü	Mekâna Özgü

Antakya’da bulunan yeme-içme mekânlarının odak noktaları ve buna paralel müşteri eğilimleri Hjalager (2004)’in gastronomi turistlerinin yaşam tarzlarına yönelik dörtlü tutumu açısından şöyle yorumlanabilir. Ortam ağırlıklı mekânların müşterileri büyük oranda yerel halktır ve yerel halk eğlenciselleri, yerli ve yabancı turistler ise deneyseleileri oluşturmaktadır. Ürün odaklı mekânların müşterileri büyük oranda yerli ve yabancı turistler olmakla beraber, turistlerin varoluşçular, yerel halkın ise rekreasyoneller olduğu söylenebilir.

Antakya yeme-içme mekânlarının idarecileri yemekleriyle ilgili olarak farklılık ve çeşitlerin bolluğundan sıkça bahsetmektedirler. Yeme-içme mekânlarının genelde merkezi yerlerde olduğu ve mimari olarak tarihi yapıların seçildiği görülmüştür. Mekânların ortamına yönelik kültürel güdüleyicilerin ön planda olduğu söylenebilir. Bu doğrultuda Antakya’da özellikle ürün odaklı mekânlarda turistlerin sunulan yöresel yemeklerle ilgili sıklıkla sorular sorduğu ve tadımlık olarak birkaç farklı lezzeti denemeye çalıştığı görülmüştür.

Destinasyonun yerel halkının yeme-içme mekânlarına olan ilgisi idareciler tarafından sıkça vurgulanmaktadır. Bu bağlamda Antakya’da yer alan mekânların hem yöre halkına hem de yerli ve yabancı turistlere hitap edecek bir hizmet anlayışı geliştirdiklerini söylemek mümkündür. Farklı kültürlerle ev sahipliği etmenin etkisi yemeklerde oldukça net şekilde görülmektedir. Bu kültürlerde göç eden lezzetlerin etkisi ve Antakya’nın özgün anlayışı bütünleşerek tamamen farklı bir lezzet ve mekân kimliği ortaya çıkarmıştır. Şehirde kasapların önemli bir bölümü kasap olmanın yanında

yeme-içme mekânı olarak hizmet vermektedir. Bu mekânlarda genelde tepsi ve kâğıt kebabı yapılmaktadır. Kasap restoranların dışında görüşülen ve gözlemlenen tüm mekânların menüleri oldukça geniştir. Antakya’da yeme-içme mekânlarının özellikle mezeler bakımından oldukça geniş bir menüye sahip olduğunu söylemek mümkündür. Antakya’da yeme-içme mekânlarında menülerin geniş olması, farklılıkların barındırılmaya çalışılmasının yanında müşterilerin fazla zaman geçirmesiyle ilişkili olduğu söylenebilir. Yeme-içme mekânlarında diğer destinasyonlara oranla müşterilerin daha fazla zaman geçirdikleri gözlemlenmiştir. Mekânlarda genelde basılı menüler kullanılmaktadır. Basılı menülerin kullanımı geniş menülerin olduğu mekânlarda sıklıkla karşılaşılan bir durumdur.

Damak tatlarının bu kadar farklı olduğu bir dünyada ortak bir damak tadında bütünleşmek daha da zordur. Biz bunu yapmaya çalışıyoruz. Bunu üretmeye çalışırken de sürekli deneme yanılma yöntemi de başvururuz. Kendimiz karıştırır yeriz bakarız tadına, en önemlisi bizim hoşumuza gitmeyen bir şeyi kimseye yedirmeyiz. *(Anadolu Restoran, Antakya)*

Antakya’da 40 yıllık bir geçmişe sahip olan Anadolu Restoran’ın idarecisi bu denli farklı kültürlere hitap etmenin yeme-içme mekânları bakımından zorluğunu altını çizerek anlatmaktadır. Diğer taraftan bu denli geniş hitap şekli mekânları yaratıcı lezzetleri ortaya çıkarmaya ve dolayısıyla mekânları lezzet anlamında farklılaşmaya itebilmektedir. Antakya’da yer alan yeme-içme mekânlarının menülerinde yöresel yemekler ağırlıktadır. Yöresel yemeklere ek olarak ulusal yemekler ve Suriye, Lübnan gibi coğrafi ve kültürel anlamda uzak olmayan ülkelerin yemekleriyle de karşılaşılmaktadır.

Yemek çeşitlerimiz Antakya’ya, Hatay’a özgü, onun yanında bizim biraz daha böyle Orta Doğu kökenli Lübnan, Suriye, Beyrut tarafının mezeleri de var. *(Konak Restoran, Antakya)*

Antakya’da yeme-içme mekânları tedarik konusunda neredeyse hiçbir sorun yaşamamaktadır. Ilıman bir iklim ve bereketli topraklara sahip olması, Adana ve Mersin gibi Türkiye’nin önemli tarım merkezlerine yakın olması nedeniyle yılın 12 ayı taze ürünlerin bulunmasını kolaylaştırmaktadır. Bu nedenle Antakya’da yeme-içme mekânlarında neredeyse hiç turşu görülmemektedir. Ayrıca sürekli taze ürünler bulabilmenin avantajıyla uzun süreli depolamayla hiçbir mekânda karşılaşılmamıştır. Tedarik edilen ürünler genelde günlük veya günaşırı olarak depolanmaktadır.

Burası bir sebze deposu bir şehirdir. Bu yöremiz Samandağı ovasından ve Asi nehrinin döküldüğü deltanın yanından başlayıp, Amanos dağlarının eteklerinden tutun, amik ovasının çeşitli yörelerindeki köylerden tutun, Altınözü ilçesinin köylerinden tutun Antakya çevresindeki bahçelerden tutun her yörede ürünler 12 ay yetişmektedir. (Hatay Sultan Sofrası, Antakya)

Antakya'nın yöresel yemek hazırlama ve pişirme tekniklerinin yeme-içme mekânlarına (lokantalaştırma) yansıtılmasının oldukça başarılı olduğu söylenebilir. Yöresel Antakya yemeklerinin oldukça önemli bir bölümü yeme-içme mekânlarında bulunabilmektedir. Yöresel yemeklerin yöresel ürünlerle yapılmasına dikkat edildiği görülmüştür. Yöresel üretimde bir sorun olması durumunda yakın çevrede yer alan üreticilerden tedariklerini sağlamaktadırlar. Özellikle yöresel yemeklere özgün özelliğini kattığına inandıkları bazı ürünlerin tedarikinde idarecilerin oldukça dikkatli davrandıkları gözlemlenmiştir.

Taş fırın, odun kömürlü ızgara ve gazlı ocak Antakya yeme-içme mekânlarında karşılan baskın pişirme araçlarıdır. Taşınabilir pişirme araçları olarak ise çoğunlukla bakır ve çelik araçlar kullanılmaktadır. Pişirmede yöresel yöntemlerin kullanılmasından idareciler tarafından övgüyle bahsedilir. Özellikle tepsi ve kâğıt kebabı yapan mekânların taş fırın kullanmaya dikkat ettikleri görülmüştür.



Görsel 5.1. Antakya Avlu Restoran: Tarihi bir konak olan mekânın batı temelli uluslararası anlamda standartlaşmış masa üstü ön hazırlığı.

Önceki aşamalarda yöreselliğin baskın olduğu Antakya yeme-içme mekânlarında tüketim aşamasında Batı temelli uygulamaların sıklıkla görüldüğünü söylemek mümkündür. Sunum araçları baskın olarak porselen olmakla beraber nadir sayıda mekânda bakırın kullanıldığı görülmüştür. Servis takımları ise büyük oranda

çeliktir. Servis usulleri uluslararası anlamda standartlaşmış şekilde yapılmaktadır. Tepsi ve kâğıt kebabı servis eden kasapların dışında klasik çatal, bıçak ve kaşık ile yeme şekli oldukça baskındır. Tepsi ve kâğıt kebabının özgün yeme şeklinin birlikte servis edildiği lavaş ekmekle bandırılarak yenilmesi olmasına rağmen yapılan gözlemlerde büyük oranda çatal ve bıçak kullanılarak yenildiği görülmüştür.

Yemek artanları Antakya yeme-içme mekânlarında sokak ve besi hayvanları beslemesi, personel yemeği olarak değerlendirme ve ihtiyacı olanlara verme yöntemleriyle değerlendirilmektedir.

5.2. Gaziantep

Gaziantep gastronomi alanında UNESCO "Yaratıcı Şehirler Ağı"na 2015 yılında Türkiye'den ilk olarak dâhil edilen şehirdir. Bu alanda Türkiye'de öncü şehir olma özelliğini taşımaktadır. Gaziantep denilince Türkiye'de yaşayan birçok insanın aklına ilk olarak yemek kültürü gelmektedir. Gaziantep'te bulunan konaklama tesislerinde 2017 yılında 107,470 yabancı ve 640,963 yerli olmak üzere toplam 748,433 kişi konaklamıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018). Seyahat acentlarının Gaziantep rotasında en baskın olarak kullandığı tema, yeme-içme mekânları ve Gaziantep yemekleridir. Şehirde turistlere yönelik yöresel yemekler sunan çok sayıda yeme-içme mekânı olması dikkat çekici bir özelliktir. Bu mekânların müşterileri genelde turistlerdir. Özellikle kültür turlarına katılan turistler gün içinde birkaç farklı yeme-içme mekânında duraklayıp yöresel yemeklerden tatmasına alan çalışmasında sıklıkla karşılaşmıştır. Ayrıca turistler yanlarına alıp götürebilecekleri yöresel lezzetlerden (baharatlar, baklava gibi) sıkça satın almaktadırlar. Bu bağlamda yeme-içme mekânlarının bazıları bu yöresel ürünleri müşteriler mekândan ayrılırken satın alabilmesi amacıyla bulundurmaktadırlar.



Görsel 5.2. *Gaziantep İmam Çağdaş: Mekânın içinde bulunan müşterilerin yanında götürebileceği Gaziantep baklavası tezgâhı.*

Gaziantep’te görüşmelerin gerçekleştirildiği mekânlar Aşına Restoran, Bayazhan ve Çulcuoğlu Et Lokantası, Halil Usta Et Lokantası, İmam Çağdaş, Metanet Lokantası ve Yesemek’dir. Bu mekânlardan Aşına Restoran ve Bayazhan’ın ortam odaklı ve hizmet ağırlıklı, Halil Usta Et Lokantası, İmam Çağdaş, Çulcuoğlu Et Lokantası, Metanet Lokantası ve Yesemek’in ise ürün odaklı ve lezzet ağırlıklı mekânlar olduğu görülmektedir. Ancak Gaziantep’te bulunan mekânlarda ürün ve ortam ağırlıklı ayrımı diğer destinasyonlara oranla daha az keskindir. Mekânlar hem ortam hem de ürün anlamında neredeyse eşite yakın odaklanmaktadır. Bu iki odak açısından, adı anılan işletmelerin kimlik ve yiyecek üretim süreçleri şu şekilde tablolastırılabilir.

Tablo: 5.2. *Gaziantep mekânlarına yönelik kimlik ve süreç değerlendirmeleri.*

		Ortam Odaklı Mekânlar	Ürün Odaklı Mekânlar
Kimlik	Kuruluş Yeri	Merkezi ve Kolay Ulaşılabilir	Merkezi ve Davetkâr
	Değişim	Ortam – Sıklıkla Lezzet - Kısıtlı	Ortam – Nadir Lezzet – Çok Nadir
	Müşteriler	Yerel Halk Baskın	Yerli Turist Baskın
	Menü	Yöresel ve karma menüler Basılı menüler	Yöresel yemekler baskın Vitrin, tabela ve sözlü menüler
Tedarik		Aynı tedarikçiler	Aynı tedarikçiler
Depolama		Günlük Depolama Küresel Yöntemler	Günlük Depolama
Hazırlama	Ön Hazırlık	Salon – Küresel Mutfak – Farklı Yöntemler	Salon – Küresel Mutfak – Yöresel ve özgün
	İşleniş ve Pişirme	Et, sebze ve baharat baskın Izgara, fırın ve ocak	Et, sebze ve baharat baskın Izgara, fırın ve ocak
Tüketim	Sunum	Küresel yöntemler	Küresel ve yöresel yöntemler
	Yeme Şekli	Batı temelli klasik yaklaşım	Yemeğe ve tercihe göre değişen yeme şekilleri
Atıkların Değerlendirilmesi		Mekâna Özgü	Mekâna Özgü

Hjalager (2004)’in gastronomi turistlerinin yaşam tarzlarına yönelik dörtlü tutumu açısından hem ortam hem de ürün odaklı mekânlar için yerel müşterilerin eğlentsel, turistlerin ise deneysel tutumda olduğu söylenebilir. Fields (2003)’ün ele aldığı güdüleme faktörlerinden turistler için kültürel ve statü ve itibar güdüleyicileri ön planda iken yerel halk için bireylerarası ve statü ve itibar güdüleyicileri baskındır.

Gaziantep halkı için yeme-içme kültürleri oldukça önemlidir. Konusu geçen her muhabbette yeme-içme kültüründen övgüyle bahsetmektedirler. Yeme-içme mekânlarında hem mekâna hem de Gaziantep mutfağına yönelik övgü simgeleriyle sıklıkla karşılaşmaktadır. Duvarlara asılmış fotoğraflar, gazete ve dergi kupürleri, duvar ve tahta yazıları gibi fiziksel övüntüler, söz ve mimiklerle detaylı olarak yemeğin ve mekânın iyiliğine yönelik söylemlerle sıkça karşılaşmaktadır.



Görsel 5.3. *Gaziantep Yesecek: Gaziantep mutfağı hakkında mekânın önüne konulmuş bir övüntü yazısı.*

Gaziantep'te yeme-içme mekânları tarihi yapılara (Bayazhan ve İmam Çağdaş gibi) ve iş merkezleri ve barınma alanlarının zemin katlarına (Metanet ve Aşina gibi) kuruludur. Yeme-içme mekânları çoğunlukla lezzet odaklıdır. Yemekler, mekânların ortamından daha önemli bir yere oturtulmuştur. Bu bağlamda mekânlar genelde daha rahat ve samimidir. Mekânlarda Gaziantep yemekleri ağırlıktadır ve mekânlarla özdeşleşmiş lezzetlerle sıklıkla karşılaşmaktadır. Örneğin; Gaziantep'te Alınazık İmam Çağdaş, Beyran Metanet lokantası, Küşleme ise Kebapçı Halil Usta'yla özdeşleşmiştir. Gün içerisinde her mekânın kendine özgü yoğun olduğu zaman dilimi varlığı gözlemlenmiştir. Bu yoğunluğun, mekânlarla özdeşleşen yemeklerle ilgili olduğunu söylemek mümkündür. Örneğin, Metanet lokantasında sabah saatleri başlayıp öğlene kadar devam eden yoğunluk, günlük belirli miktarda hazırlanan Beyranın bitmesiyle yavaşlar. Benzer şekilde İmam Çağdaş ve Halil Usta öğlen yemeklerinde

oldukça yoğundur. Bayazhan ise gözlemlenen diğer mekânlara oranla daha ortam odaklı bir mekân olarak akşam yemeklerinde yoğundur.

Gaziantep, alan çalışması boyunca mevsimsel yemeklerin en sık karşılaşıldığı destinasyon olarak dikkat çekmektedir. Gözlemlenen mekânlarda sürekli olarak sunulan yemeklere ek olarak, mevsimsel yemeklerin sunulmasından ayrı olarak bahsedilmiştir. Çağla aşısı, vişne kebabı, pırpirim aşısı ve sarımsak kebabı gibi Gaziantep'in mevsimsel yöresel yemekleri mevsiminde yeme-içme mekânlarında bulunabilmektedir. Gaziantep mutfağında geleneksel anlamda vişne, ayva, elma, çağla, yenidünya gibi meyveler sıklıkla kullanılmaktadır. (Tokuz, 2002, s. 107). Yeme-içme mekânlarının idarecileri mevsimsel yemeklerin mekânlara ve genel anlamda şehrin yemek pratiklerine bir heyecan ve güzellik kattığını vurgulamaktadırlar. Mevsimsel yemeklerin Gaziantep için “beklenen” olduğu söylenebilir.

Geleneksel yemeklere ek olarak Gaziantep mutfağında yenilik olarak ele alınabilecek özgün yemeklerle de karşılaşmıştır. Bu yemekler de Gaziantep'le özdeşleşmiştir. Örneğin, küşleme kebabı Halil Usta'nın başlangıçta ikram olarak sunduğu, sonraları ise müşteri talepleri üzerine menüye koyduğu bir kebaptır. Küşleme günümüzde Gaziantep'te bulunan birçok mekânda yapılmakta ve Gaziantep mutfağıyla anılmaktadır.

İlk başlarda küşlemeyi kimse kebab yapmıyordu. İşte 80'li yıllarda müşteriler çıkarken ikram olsun diye müşterilere birer parça vererek başladı. İnsanlar yiince çok beğeniyor, bir daha geldiklerinde küşleme istiyorum denmeye başladığında, yoğunluğu arttı. Küşleme verilmeye başlandı. Daha sonra arttı ikinci küşlemeciler filan çıkmaya başladı. (Halil Usta, Gaziantep)

Gaziantep'te gözlemlenen her mekânda çeşitli fiziksel menülerle karşılaşmıştır. Menülerin kullanımı gözlemlenen tüm destinasyonlarla genelde benzer şekildedir. Ancak Gaziantep'te müşterilerin önemli bir kısmının, mekâna gelmeden önce ne sipariş vereceğini bilir şekilde geldiği gözlemlenmiştir. Bu bağlamda menülerin aktif kullanımıyla diğer destinasyonlara oranla daha az karşılaşmıştır. İçerik anlamında ise neredeyse tüm mekânlarda yöresel yemekler ağırlıklıdır. Özellikle lezzet odaklı Gaziantep yeme-içme mekânlarının menü içerikleri bakımından özgün olduklarını söylemek mümkündür. Diğer taraftan ortam odaklı mekânların menülerinde yöresel yemeklerin yanında ulusal ve küresel yemekler de bulunmaktadır.



Görsel 5.4. *Gaziantep Bayazhan: Soğuk vitrin meze menüsü. Yöresel (fıstık filizi), ulusal (haydari) ve küresel lezzetler (Bombay fasulye) beraber bulundurulmaktadır.*

Tedarik bağlamında Gaziantep'te mekân idarecilerinin oldukça detaycı olduğu görülmüştür. Görüşülen her idareci, oldukça uzun süredir aynı tedarikçilerle çalıştıklarını belirtmektedir. Zorunlu olmadıkça tedarikçi değiştirmemektedirler. Ayrıca tedarik edilen her ürün için nasıl olması, nerede yetişmesi ve türü gibi ürün özellikleri hakkında oldukça dikkatli davrandıkları görülmüştür. Depolama konusunda ise görüşülen her mekânda Antakya'da yer alan mekânlara benzer şekilde depolama yapmadan sadece günlük muhafaza yöntemleriyle mekânların idaresi sağlanmaktadır.

Bakır pişirme araçlarının ve servis kaplarının kullanımıyla Gaziantep'te sıklıkla karşılaşılmalıdır. Mekân idarecileri Gaziantep yemeklerinin asıl yapılışında ve servisinde bakır araçların kullanıldığını sıklıkla belirtmektedirler. Yeme-içme mekânlarının bir kısmı yakın geçmişte çelik pişirme araçları, porselen ve cam servis araçları kullanmış olsa da, günümüzde tekrar bakır araçları kullandıkları gözlemlenmektedir.

Bakır kaplar bizim kültürümüzde var. Bakır kaplar Gaziantep için çok önemli bir ürün. Hem kültürümüzü yansıtsın hem görsellik açısından aynı zamanda yemeğin sıcaklığını koruyabilmek adına bizim için çok avantaj sağlıyor. Yemeğe de otantiklik katıyor. Yavaş yavaş her şey eskiye dönüyor tekrar eskiler moda oluyor. Biz şu an restoranımızda porselen tabak kullanmıyoruz, görselliği bozuyor. *(Yesemek, Gaziantep)*

Yöresel yemeklerin ağırlıklı olmasına paralel olarak Gaziantep yeme-içme mekânlarında ön hazırlık oldukça önemli yer tutmaktadır. Yeme-içme mekânlarında sunulan yemeklerin sadece pişirilerek sunuma hazır hale getirilmesi ve içeriği oluşturan bazı malzemenin önceden pişirilmesi veya pişirilmeye hazır işlenmesi şeklinde ön

hazırlık çalışmalarının baskın olduğu görülmüştür. Örneğin, kebabların önemli bir kısmı sadece pişirilerek sunuma hazır hale getirilir. Beyran, Alinazik ve Yuvalama gibi yöresel lezzetlerin yapımında kullanılan içeriğin önemli bir bölümü servis saatinden önce pişirilir ve/veya pişirmeye hazır işlenir. İkramların hazırlanması ve sunum amaçlarıyla ilgili olarak ise ikramlar bölümünde belirtilen tüm amaçlarla Gaziantep yeme-içme mekânlarında karşılaşılmıştır. İdarecilerin aklına gelen ilk ikram salatalardır. Mevsimsel salatalar özellikle et yemeklerinin yanında birçok mekânda ikram edilmektedir.

Gaziantep yeme-içme mekânlarında sunulan yemekler kebablar dışında oldukça fazla çeşit içerikten oluşmaktadır. Kebablar genelde yanında sunulan sebzeler haricinde sadece et veya et ile baharatlar ve/veya sebzeler gibi sadece birkaç içerikten oluşmaktadır. Ancak tencere ve tava yemeklerinin yapımında oldukça fazla çeşit içerik kullanılmaktadır. Örneğin ayvalı taraklık, dokuz farklı içerikten oluşmaktadır. Gaziantep mekânlarında sunulan kebabların sadeliği, tencere ve tava yemeklerinin de çeşitliliği vurguladığını söylemek mümkündür.

Gaziantep yeme-içme mekânlarında en sık kullanılan sabit pişirme aracı ızgara ve ocaktır. Fırında pişirmeyle ise sadece yemeklerde kullanılan bazı içeriklerin servis öncesinde pişirilmesi (patlıcan közleme gibi), ekmek ve lahmacun yapımında karşılaşılmıştır. Beyran, alinazik ve yuvalama gibi Gaziantep yeme-içme mekânlarıyla özdeşleşmiş yemekler, genelde birkaç farklı pişirme aracının kullanılmasıyla hazırlanır. Bu şekilde hazırlanan yemekler içeriklerin önceden ayrı ayrı pişirilerek, daha sonra bütünleştirmesiyle oluşur. Sadece ızgara kullanılarak pişirilen küşleme ve kıyma kebabı gibi yemekler ve ocak kullanılarak pişirilen pırpırım aşısı ve erik tavası gibi yemekler de hazırlanmaktadır. Herhangi bir yemeğin pişirilmesine özgü olarak geliştirilmiş pişirme araçlarıyla Gaziantep'te karşılaşılabilmektedir. Örneğin alinaziğin ve beyranın bütünleştirilmesine özgü tasarlanmış ocaklar, yemeklerin sunulduğu hemen hemen her mekânda kullanılmaktadır.



Görsel 5.5. *Gaziantep İmam Çağdaş: Alınaziğin bütünleştirilmesine özgü tasarlanmış ocak.*

Gaziantep yeme-içme mekânları birer işletme olmanın yanında şehirde yaşayan ihtiyaç sahiplerine sıklıkla yeme-içme anlamında yardımlarda bulunduğu görülmüştür. Örneğin, Halil Usta her sabah belirli miktar lahmacun (menüde olmamasına rağmen) yaparak çevredeki ihtiyaç sahiplerine dağıtır. Görüşülen diğer mekânlarda da yemek artanlarından çeşitli yardımlar yapıldığı belirtilmiştir. Yemek artanlarının değerlendirilmesi konusunda Gaziantep’te bulunan yeme-içme mekânlarının oldukça dikkatli davrandığını söylemek mümkündür. Masalardan artan ekmekler gözlemlenen her mekânda mutlaka ayrı bir kapta biriktirilmekte ve mekân idarecilerinin söylemleriyle dokunulmamış olanlar (bütünlüğü bozulmamış) ihtiyaç sahiplerine verilmekte diğerleri ise genelde hayvanların beslenmesi için kullanılmaktadır.

5.3. İzmir

İzmir, çalışmada ele alınan en yoğun nüfusa sahip destinasyondur. Bu bağlamda birçok farklı müşteri grubuna yönelik hizmet veren yeme-içme mekânlarıyla karşılaşmaktadır. İzmir’de bulunan konaklama tesislerinde 2017 yılında 467,968 yabancı ve 1,929,727 yerli olmak üzere toplam 2,397,695 kişi konaklamıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018). Bu bağlamda ele alınan destinasyonlar arasında en fazla yerli ve yabancı turistini ziyaret ettiği destinasyondur. İzmir’de görüşmelerin gerçekleştirildiği mekânlar: Adil Müftüoğlu Lokantası, Asım Usta Kokoreç, Beğendik Abi, Fırın Vourla, İzmir Girit Mutfağı, Kısmet Lokantası ve Veli Usta Balık Pişiricisi’dir. Bu mekânların beş tanesi İzmir merkez ilçelerde ve bulundukları ilçelerin en merkezi yerlerinde, iki tanesi ise Urla ilçesinde bulunmaktadır. Urla ilçesi yeme-içme anlamında yöreselliğin yansıtıldığı yer olarak sıklıkla yerel halk tarafından vurgulanmaktadır. Adil Müftüoğlu Lokantası, Asım Usta Kokoreç, Beğendik Abi, İzmir

Girit Mutfağı ve Kısmet Lokantası ürün odaklı mekânlar, Fırın Vourla ve Veli Usta Balık Pişiricisi ortam odaklı mekânlar olarak ele alınabilir. Bu iki odak açısından, adı anılan mekânların kimlik ve yiyecek üretim süreçleri şu şekilde tablolastırılabilir.

Tablo 5.3. *İzmir mekânlarına yönelik kimlik ve süreç değerlendirmeleri.*

		Ortam Odaklı Mekânlar	Ürün Odaklı Mekânlar
Kimlik	Kuruluş Yeri	Merkezi ve Davetkâr Değil	Merkezi ve Davetkâr
	Değişim	Ortam – Sıklıkla	Ortam – Nadir
		Lezzet – Bazen	Lezzet – Çok Nadir
	Müşteriler	Yerel Halk ve Turist	Yerel Halk ve Turist
	Menü	Yöresel ve Ulusal menüler Basılı menüler	Yöresel yemekler baskın Vitrin, tabela ve sözlü menüler
Tedarik		Aynı tedarikçiler	Aynı tedarikçiler
Depolama		Günlük Depolama Küresel Yöntemler	Günlük Depolama
Hazırlama	Ön Hazırlık	Salon – Küresel Mutfak – Farklı Yöntemler	Salon – Küresel Mutfak – Yöresel ve özgün
	İşleniş ve Pişirme	Et, sebze ve ot eşit baskınlık	Et, sebze ve ot eşit baskınlık
		Izgara, fırın ve ocak Eş zamanlı ve hazırlama sonunda pişirme	Izgara, fırın ve ocak Hazırlama sonunda pişirme
Tüketim	Sunum	Küresel yöntemler	Küresel ve yöresel yöntemler
	Yeme Şekli	Batı temelli klasik yaklaşım	Batı temelli klasik yaklaşım
Atıkların Değerlendirilmesi		Mekâna Özgü	Mekâna Özgü

Hjalager (2004)'in gastronomi turistlerinin yaşam tarzlarına yönelik dörtlü tutumu açısından İzmir'de bulunan ortam odaklı mekânlar için hem yerel müşterilerin hem de turistlerin deneysel, ürün odaklı mekânlar için ise yerel halkın rekreasyonel, turistlerin ise yine deneysel tutumda olduğu söylenebilir. Bu bağlamda İzmir'de gastronomi turistlerinin ilgisini çeken mekânlar genelde deneysel tutuma yönelik olarak ele alınabilir.

Görüşülen mekânların müşterileri büyük oranda yerel halk ve yerli turistlerdir. Öğle yemeklerinde mekânların oldukça yoğun olduğu söylenebilir. İzmir'de esnaf lokantalarının menülerinde her gün yapılan mevsimsel olmayan yemekler, haftanın

belirli günleri sunulan güne özgün yemekler ve mevsiminde sunulan mevsimsel yemekler bulunmaktadır. Diğer İzmir yeme-içme mekânlarında ise genelde sabit menüler kullanıldığı gözlemlenmiştir.

Bizim menümüzü belirleme şeklimiz şu şekildedir: Her gün sabit yapmaya çalıştığımız yemekler var, kuzu kapama, patlıcan kebabı, kuru fasulye gibi. Mevsimine göre sebzelere ve otlara göre yaptığımız yemekler de olur, bahar aylarından kuzu etli şevketi bostan yaparız, taze fasulye yaparız mevsiminde. Güne özel yemekler de vardır. İşkembeli nohut yaparız sadece pazartesi ve perşembeleri çıkar. Çarşamba ve Cuma günleri kuzu dolmamız vardır. Pazartesi, Çarşamba ve Cuma günleri fırın kokorecimiz vardır. *(Adil Müftüoğlu Uğur Lokantası, İzmir)*

İzmir yeme-içme mekânlarında dikkat çeken en belirgin farklılık malzeme gruplarının neredeyse eşit oranda bir dağılımının söz konusu olmasıdır. Diğer destinasyonlarda sıkça karşılaşılan ana yemeklerin çoğunda herhangi bir malzemenin (genelde et) baskın olmasıyla İzmir’de bulunan yeme-içme mekânlarında karşılaşılmamıştır. Bir tek ürün grubuna yoğunlaşan mekânların (Balık lokantası gibi) dışında sebze, et ve ot yemeklerinin birbirine yakın oranda baskınlığı söz konusudur. Özellikle İzmir ile özdeşleşmiş esnaf lokantaları tarzı hizmet veren mekânlarda ulusal ve yöresel yemeklerden neredeyse her baskın içerik yemek grubundan yemekler bulmak mümkündür. Örneğin Beğendik Abi lokantasında bir ot yemeği olan (yapımında kullanılan otlar mevsimsel olarak değişkendir) çalkama, sebze yemeği olan enginar dolma ve et yemeği olan Urla güveci sürekli servis edilmeye çalışılır.

Yöresel yemeklerin yeme-içme mekânlarında bulunabilirliği oldukça yüksektir. Aynı zamanda küreselleşmiş ve ulusallaşmış yemeklerin büyük bir bölümü İzmir genelinde bulunabilmektedir. Uzun yıllardır sürekli göç alan bir yerleşim merkezi olmanın sonucu olarak farklı yörelerin yemeklerini sunan mekânlarla sık sık karşılaşılmaktadır. Bu mekânların bazılarının başka yörelere özgü yemek kültürü kalıpları taşımalarına rağmen İzmir’le özdeşleştiğini söylemek mümkündür. Yemek çeşitliliği bakımından oldukça geniş bir arzın söz konusu olduğu söylenebilir. Diğer taraftan mekânlara ve aşçılara özgü yapılan yemeklerle de sıklıkla karşılaşılmaktadır.



Görsel 5.6. *İzmir Kısmet Lokantası: Et, sebze ve ot yemeklerinden oluşan günlük menü.*

Yemekler konusunda İzmir mekânlarının değişime açık ve yaratıcı uygulamalarla çeşitlilik, özgünlük oluşturdukları görülebilir. Örneğin Kokoreççi Asım Usta mekâna özgü farklı usulde kokoreçler ve sunumlar yapmakta, bu farklı usuller hem yerel halkın hem de turistlerin dikkatini çekmektedir. Fırın Vourla'nın ise herhangi bir sabit menüsü yoktur. Sadece rezervasyonlu müşteriler kabul edilmektedir. Günlük olarak bulunan yöresel içeriklerle spontane ve özgün yemekler içeren menüler belirlenir, gelecek misafir sayısına göre pişirilir. Fazladan yemek pişirilmediği için kapı müşterilerine hizmet vermeyerek farklı bir tarz ortaya koyulmaktadır.

Öncelikle bizim menümüzü belirleyen unsur yerel üretici, çiftçi işte bunu bahçesinde ufak çaplı yapan insanlar. Mesela enginar bugün tazedir, biz onu kullanırız. Bugünün sebzesi, meyvesi neyse mevsiminde alınır, tüketilir. Tedarikçiler genelde farklı insanlar olur. Kabak zamanı kabak çiçeğini aldığımız üretici, ıspanak zamanında ıspanak eker ondan alırız. Ama sınırlı miktarda üretilen şeyler olduğu için her zaman devamlılık arz etmez. Genelde yerel üreticiler, pazarlar ve manavlardan ürünleri alıyoruz. (*Fırın Vourla, İzmir*)

Kullanılan otlar ve sebzelerin önemli bir kısmının mevsimsel olması İzmir'de bulunan mekânlar için sürekli aynı tedarikçiyle çalışmayı zorlaştırmaktadır. Bu bağlamda idarecilerin önemli bir kısmı sebze ve otlar gibi mevsimsel ürünler için tek tedarikçiye bağlı kalmayarak çok yönlü sayılabilecek bir tedarik yöntemi uygulamaktadırlar. Et ve bakliyatlar gibi mevsimsel olmayan ürünler ise çok zorunlu olmadığı sürece aynı tedarikçiden temin edilir. Görüşülen mekân idarecileri biri dışında depolama yapmadıklarını belirtmişlerdir. Ürünler günlük olarak temin edilmekte ve işlenmektedir. Antakya gibi İzmir'de de iklimsel olarak sürekli taze ürünler bulabilmenin avantajıyla depolanmaya ihtiyaç duyulmamaktadır.

Ön hazırlık aşaması İzmir yeme-içme mekânlarının işleyişinde oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Ele alınan mekânların tamamında yemeklerin servis öncesinde tamamen pişirildiği veya pişirilmeye hazır hale getirildiği görülmüştür. Kokoreççi Asım Usta ve Veli Usta Balık Pişiricisi'nde yemeklerin servis öncesi pişirilmeye hazır hale getirildiği, diğer mekânlarda ise servisten önce günlük olarak hazırlanıp pişirildiği belirtilmiştir. Diğer destinasyonlardan farklı olarak otların sıklıkla kullanıldığı İzmir yeme-içme mekânlarında kullanılan otların temizlenmesi ve ayıklanması üzerinde dikkatlice durulan bir ön hazırlık işlemidir. Otların (şevketi bostan, arapsaçı, ısırgan otu gibi) pişirilmeye hazır hale getirilmesi birkaç farklı temizleme aşamasından sonra ayıklanması yapıldıktan sonra gerçekleşir.

Büyük bidonlarımız var. O bidonlarda otları yıkarız öncelikle. Yıkamada ilk suyla yıkar onu dökeriz, ikinci suda bekletiriz içine de biraz sirke dökeriz. Sonra bidonların dibinde toprak, kum kalmayana kadar 3-4 kere tekrar yıkarız. Arınana kadar belki de 10 defa bu işlem devam edebilir. *(İzmir Girit Mutfağı, İzmir)*

Yemeklerle beraber sunulan ikramlar genelde mevsimsel yeşilliklerdir. Taze roka, turp, biber gibi yeşillikler yenilen yemeğe göre değişmeyecek şekilde yeme-içme mekânlarında müşterilere ikram edilmektedir. Yemek içerikleri genelde fazla çeşit malzemeden oluşur. İzmir mekânlarında sunulan sebze, et ve ot yemekleri genelde çeşitli farklı malzemelerden oluşur. Malzeme bağlamında çeşitliliğin baskın olduğunu söylemek mümkündür. Zeytinyağı kullanımı oldukça yaygındır. Baharat kullanımı ise et yemekleri dışında oldukça sınırlıdır. Çalışmada ele alınan destinasyonlar arasında yemeklerde kullanılan içerik anlamında en fazla çeşitliliğin olduğu destinasyon İzmir'dir.

İzmir'de bulunan mekânlarda sunulan yemekler ve kullanılan malzemeler anlamında karşımıza çıkan çeşitlilik pişirme yöntemlerinde de görülmektedir. Fırın, ocak ve ızgarada pişirme yöntemlerinin herhangi birinin baskınlığı söz konusu değildir. Bu pişirme yöntemleri mekânlara göre değişiklik göstermektedir. Örneğin baskınlık bakımından Adil Müftüoğlu Uğur Lokantası fırında, İzmir Girit Mutfağı ocakta ve Veli Usta Balık Pişiricisi ızgarada pişirme yöntemini uygular. Pişirme aracı olarak ise genelde çelik ve toprak pişirme araçları kullanılmaktadır. Toprak pişirme araçları fırında, çelik kaplar ise ocakta pişirilen yemeklerde kullanılmaktadır. Sunulan yemekler genelde tek pişirme yöntemi kullanılarak hazırlansa da farklı pişirme yöntemlerinin bir arada kullanılmasıyla da karşılaşılmıştır. Örneğin İzmir'de birçok mekânda karşılaşılan

Elbasan tava önce ocakta kuzu eti haşlanarak pişirilir, daha sonra yine ocakta tereyağı ve un kavrularak üzerine et suyu, yoğurt ve yumurtadan hazırlanan karışım eklenir. Son olarak önceden ocakta pişirilerek hazırlanan et ve karışım birleştirilerek fırında pişirilir. İzmir’de bulunan yeme-içme mekânlarında hazırlamayla eş zamanlı pişirme, hazırlama sonunda pişirme ve pişirme sonrası hazırlama yöntemlerinin tamamıyla karşılaşılmıştır. Bu bağlamda diğer konularda gözlemlenen çeşitlilik yemeklerin hazırlanması yöntemlerinde de karşımıza çıkmaktadır.

İzmir yeme-içme mekânlarında yemek artıklarının değerlendirilmesi uygulamaları mekânlara özgün farklılıklar göstermektedir. Her mekânda öne çıkan uygulama özellikle masalardan kalan yemeklerin sokak hayvanlarının beslenmesinde kullanılmasıdır. Ek olarak kalan yemeklerin personel yemeği olarak değerlendirmesi, ihtiyaç sahiplerine verme, besi hayvanlarının beslenmesi için biriktirme ve et gibi maliyeti yüksek içeriklerin ayrılıp başka yemeklerde değerlendirilmesinde kullanılmaktadır.

5.4. Kırklareli

Kırklareli çalışmada ele alınan destinasyonlar arasında en az nüfusa sahip destinasyondur. Nüfus yoğunluğunun kırsal bölgelerde ve dağınık olması kırsal turizm ile doğa turizmi etkinliklerini ön plana çıkarmaktadır. Bu bağlamda yeme-içme mekânları bağlamında diğer destinasyonlarda karşılaşılan arz çeşitliliğiyle Kırklareli’nde pek görülmemektedir. Kırklareli’nde bulunan konaklama tesislerinde ise 2017 yılı için 6,568 yabancı ve 130,496 yerli olmak üzere toplam 137,64 kişi konaklamıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018). Ancak Kırklareli’ne bir turizm destinasyonu bağlamında büyük oranda günübirlik ve konaklamasız turlar düzenlenmektedir. Görüşmelerin gerçekleştirildiği mekânlar; Ahmetbey Bahar Köftecisi, Celepoğlu Gusto Konağı, Dörtler Köfte ve Kabalka Restoran’dır. Bu mekânların iki tanesi Kırklareli merkezde, diğer ikisi ise Lüleburgaz ilçesine bağlı olan kırsal bölgelerde yer almaktadır. Kırsal alanlarda bulunan yeme-içme mekânlarının en çok ilgi ve değer gördüğü destinasyon olarak dikkat çekmektedir. Ürün ve ortam odaklı olarak yukarıda sınıflandırılan mekânların kimlik ve yiyecek üretim süreçleri şu şekilde tablolastırılabilir.

Tablo 5.4. Kırklareli mekânlarına yönelik kimlik ve süreç değerlendirmeleri.

		Ortam Odaklı Mekânlar	Ürün Odaklı Mekânlar
Kimlik	Kuruluş Yeri	Kırsal ve Merkezi Davetkâr Değil	Kırsal ve Merkezi Davetkâr
	Değişim	Ortam – Sıklıkla Lezzet – Sıklıkla	Ortam – Nadir Lezzet – Çok Nadir
	Müşteriler	Yerel Halk ve Turist	Yerel Halk ve Turist
	Menü	Ulusal menüler Baskın Basılı menüler	Yöresel yemekler baskın Vitrin, tabela ve sözlü menüler
Tedarik		Yerel tedarikçiler	Yerel tedarikçiler
Depolama		Günlük Depolama	Günlük Depolama
Hazırlama	Ön Hazırlık	Salon – Küresel Mutfak – Ulusal Yöntemler	Salon – Küresel ve özgün Mutfak – Yöresel ve özgün
	İşleniş ve Pişirme	Et, sebze ve hamur baskın Izgara ve ocak Eş zamanlı ve hazırlama sonunda pişirme	Et baskın Izgara ve fırın Hazırlama sonunda pişirme
Tüketim	Sunum	Küresel yöntemler	Küresel ve yöresel yöntemler
	Yeme Şekli	Batı temelli klasik yaklaşım	Yemeğe özgü
Atıkların Değerlendirilmesi		Sokak, besi ve evcil hayvanların beslenmesi	Sokak, besi ve evcil hayvanların beslenmesi

Hjalager (2004)'in gastronomi turistlerinin yaşam tarzlarına yönelik yaklaşımları bakımından Kırklareli'nde ele alınan ortam odaklı mekânlar için yerel müşterilerin eğlentsel, turistlerin varoluşçu, ürün odaklı mekânlar için ise yerel halkın ve turistlerin ise varoluşçu tutumunda olduğu söylenebilir.

Kırklareli'nde yöresel yemeklerin yeme-içme mekânlarında sunulmasına birkaç mekân dışında pek rastlanmamaktadır. Yöresel yemekler bağlamında evde ve yeme-içme mekânlarında yapılan yemekler ayrımı oldukça net görülmektedir. Diğer taraftan yöresel anlamda köfte ve koyun yoğurdu Kırklareli'nde bulunan mekânlarla özdeşleşmiş olarak neredeyse bütün yeme-içme mekânlarında sunulmaktadır. Mekânların büyük çoğunluğu ulusal yemekler sunan mekânlardır. Kırklareli'nde diğer şehirlerde her köşe başında karşılaşılan dönerci ve çiğ köfteci gibi ayaküstü mekânlara ek olarak oldukça fazla sayıda seyyar köfteci yer almaktadır. Kırklareli köftesi neredeyse her kasabada ve her mekânda birbirinden farklı yapılmaktadır. Biri şehir

merkezinde ve diğeri ise Lüleburgaz ilçesine bağı bir kasabada olan köftecilerin köfte tarifleri, sunum özellikleri, kullanılan malzemeler gibi değişkenler ele alındığında birbirinden oldukça farklıdır. Köftenin birçok farklı yorumunun olması tercih çeşitliliğini arttırmaktadır.

Kırklareli köftesiyle ünlenmiş bir şehirdir. Şimdi bu Kırklareli’nde köftecilik işi bacasız bir fabrikadır. Biraz önce söylediğim gibi Kırklareli merkez günde 3 ton köfte satar, aşağı yukarı 300-400 kişi bu restoranlarda çalışır. (*Dörtler Köftecisi, Kırklareli*)

Yöresel yemekler sunan mekânlar ele alındığında neredeyse bütün Balkan ülkeleri yemeklerinden örnekler karşımıza çıkmaktadır. Selanik güveci, Boşnak mantısı ve loznik gibi yemekler örnek olarak verilebilir. Yöresel yemekler sunan mekânlar mevsimsel olarak menülerine bazı yemekleri ekleyip bazı yemekleri çıkarmaktadırlar. Diğer taraftan Kırklareli yeme-içme mekânlarında et yemekleri oldukça baskındır. Yerel halkın dışarda yemek anlamında genel algısının et yemekleri üzerine olduğunu söylemek mümkündür. Mevsimsel anlamda ise oğlak tandır birçok mekânda sunulmaktadır. Oğlak tandırın Kırklareli mekânları için oldukça önem verilen ve özel bir yemek olduğu söylenebilir. Diğer taraftan kokoreç, ciğer ve çorbalar gibi sakatat yemeklerini sunan hem seyyar hem de sabit yeme-içme mekânlarıyla da sıklıkla karşılaşmaktadır. Bu sakatat yemekleri Kırklareli’nde oldukça çeşitlendirilmiştir ve yerel halk tarafından sevilme ve sıklıkla tüketilmektedir.

Çevrimiçi platform değerlendirmelerinde en çok önerilen mekânın şehir dışında bir kasabada yer alması diğer destinasyonlardan kurulum yeri değerlendirmesi bakımından farklılık göstermektedir. Diğer destinasyonlardan farklı olarak önerilen yeme-içme mekânları birbirlerine uzak mesafededirler. Mekânların müşterileri genelde yerel halk ve Bulgaristan’dan günü birlik gelen yabancı turistlerdir. Buna ek olarak yerli turistler de özellikle yol üzeri, kırsal bölgelerde bulunan mekânları sıklıkla ziyaret etmektedirler.

Kırklareli’nde görüşülen mekânların hepsi uzun yıllardır aynı tedarikçilerle çalışmaktadır. Mekân idarecilerinin satın aldığı malzemelerde aradığı özelliklerin belirgin et ve süt ürünleri için yerel ve taze olmasıdır. Benzer şekilde sebze ve meyvelerin de mevsiminde yerel üretim olmasına dikkat ettiklerini sıkça belirtmektedirler.

Yoğurdu, peyniri yapacağımız mezeler için mandıradan alıyoruz. Bunlar bizim uzun yıllardır çalıştığımız insanlar. Mesela bizim mandıracımız 40-45 yıldan beri alışveriş ettiğimiz çocuklar. Özellikle buranın ürünü olacak. (Dörtler Köftecisi, Kırklareli)

Biz malzemelerimizi yerel üreticilerden alıyoruz. En başta birkaç yer denedik sonra memnun kaldığımız yerlerle sürekli çalışıyoruz. Günlük alışveriş yapıyoruz her sabah belirli zamanı satın almaya harcarız. Her şey son derece taze oluyor. Bizim depomuz yok. (Gusto Celepoğlu Konağı, Kırklareli)

Uzun süreli depolama uygulamasıyla bir tarım ve hayvancılık kenti olmanın avantajıyla hiçbir mekânda karşılaşılmamıştır. Özellikle yerel üretilen ürünlerin satın alınması günlük olarak yapılmaktadır.

İkramlar konusunda daha önceki bölümlerde bahsedilen neredeyse her mekânda karşılaşılan köftenin yanında sunulan sosun dışında mekânlara göre özgünleşen uygulamalar mevcuttur. Mekânlarda soslar, salatalar, yeşillikler, zeytin, turşu gibi mevsimsel iştah açıcılar ve ana yemek tamamlayıcılarının ikramlarıyla karşılaşılabilmektedir. Bunlara ek olarak yemek sonrası düşük maliyetli tatlılar ve sıcak içecekler sıklıkla ikram edilmektedir.

Kışın biz ikram olarak helva yapıyoruz. Sıcak helva veya helva tarama derler burada. Ama şimdi ne kış ne yaz ikram edeceğimiz çay ve kahvenin dışında bir şeyimiz yok. Tam ara mevsim ne versek olmuyor. (Dörtler Köftecisi, Kırklareli)

Kırklareli yeme-içme mekânlarında sunulan et yemeklerine bakıldığında sadeliğin ön planda olduğu görülmektedir. Et yemekleri genelde birkaç içerikten oluşmaktadır. Et yemeklerinin farklılaştırılması ise hazırlama ve pişirme usulleriyle sağlanmaktadır. Diğer taraftan yeme-içme mekânlarında pek sık rastlanmayan sebze yemekleri daha fazla içerikten oluşmaktadır.

Bazı yerlerde soslandırıyorlar yumuşatmaya çalışıyorlar bazı ürünler ekliyorlar falan. Şimdi bir defa bizim buranın etleri çok güzel, hiçbir işlem yapmanıza gerek yok. Aldıktan sonra birkaç gün dolapta çürüttüğünüzde (dinlendirmek) lokum gibi et, hiçbir müdahaleye gerek yok. Zaten burada gelen halkta işlenmiş eti pek fazla sevmiyor. Mesela birkaç kez sos kullandık hayır direk et yemek istiyor. Hatta şöyle bir şey söyleyeyim size köftede bile fazla karışımı kabul etmiyor. (Kabalka Restoran, Kırklareli)

Yeme-içme mekânlarında et yemeklerinin baskın olmasına paralel olarak ızgarada pişirme en sık rastlanılan pişirme yöntemidir. Ayrıca, ocakta ve fırında pişirme yöntemleriyle de karşılaşılmaktadır. Çelik ve toprak kaplar en sık karşılaşılan pişirme

araçlarıdır. Toprak kaplarda pişirilen yemekler genelde önce tavada bir süre pişirildikten sonra toprak kapta fırınlanmakta veya ocakta pişirilmektedir.



Görsel 5.7. *Kırklareli Gusto Celepoğlu Konağı: Güveçte pişirilmiş Selanik güveci.*

Kırklareli mekânlarında hazırlamayla eş zamanlı (Selanik güveci, ıslama satır köfte) ve hazırlama sonunda (köfte, satır et) pişirme yöntemleriyle karşılaşmıştır. Pişirme sonrası hazırlama yöntemi kullanılarak sunulan herhangi bir yemek yeme-içme mekânlarında görülmemiştir.

Hazırlanan yemekler porselen, ahşap veya toprak kaplarda servis edilmektedir. Yöresel yemeklerin servisi için genelde porselen ve toprak kaplar, ızgara etler için porselen veya ahşap kaplar kullanılmaktadır. Kırklareli mekânlarında müşterilerin yeme şekli üzerinde mekânların ortamının yemeklerden daha belirleyici olduğu söylenebilir. Örneğin daha samimi mekânlarda köfte, dürüm yapılarak yenilirken, nezih mekânlarda çatal ve bıçak kullanılarak yenilmektedir. Benzer durum birçok yemeğin yeme şeklinde de görülmüştür. Görüşü alınan mekân idarecilerinin büyük bölümü yemek artıklarını sokak, besi ve evcil hayvanların beslenmesi için günlük olarak biriktirdiklerini veya bazıları ise direk olarak çöpe attıklarını belirtmişlerdir.

5.5. Konya

Konya kültür turizmi bağlamında önemli destinasyonlardan biri konumundadır. Hz. Mevlâna Türbe ve Müzesi ve Şems-i Tebrîzî Câmii ve Türbesi gibi birçok kültür turizmine yönelik somut değerler turist arzını oluşturmaktadır. Diğer taraftan somut olmayan kültürel değerlerin turizm arzına yönelik değerlendirilmesiyle de sıklıkla karşılaşmaktadır. Bu somut olmayan değerlerden biride oldukça köklü bir geleneğe

dayanan yemek kültürüdür. Bu bağlamda Konya’da yer alan yeme-içme mekânlarından bahsedilmesi gereken ilk konu Sufi kültürü sembollerinin yeme-içme mekânlarına sıklıkla yansıtılmaya çalışılmasıdır. Mekânların neredeyse hepsinde Sufi kültürü sembollerine ve bu sembollerin yansıtıldığı yemeklere rastlamak mümkündür. Bu sembollerin bir farklılaşma veya otantikleşme aracı olarak kullanıldığını söylemek mümkündür. Ancak, bu sembollerin sürekli kullanımının destinasyon içinde benzeşmeye yol açtığı söylenebilir.



Görsel 5.8. Konya Somatçı Fih Ma Fih: Semazen figürünün servis tabağına işlenmesi

Konya’da bulunan konaklama işletmelerinde 2017 yılı için 77, 952 yerli ve 908,822 yabancı olmak üzerinde toplam 986,787 turist konaklama yapmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018). Konya’da görüşmelerin gerçekleştirildiği mekânlar; Hacı Şükrü Fırın Kebap, Konak Konya Mutfağı ve Somatçı Fih Ma Fih’dir. Hacı Şükrü Fırın Kebap ürün odaklı mekân olarak ele alınabilecekken, Konak Konya Mutfağı ortam ağırlıklı ve Somatçı Fih Ma Fih ise tematik yaklaşımıyla hem ürün hem de ortam odaklı bir mekân olarak değerlendirilebilir. Bu iki odak açısından, adı anılan mekânların kimlik ve yiyecek üretim süreçleri şu şekilde tablolaştırılabilir.

Tablo 5.5. Konya mekânlarına yönelik kimlik ve süreç değerlendirmeleri.

	Ortam Odaklı Mekânlar	Ürün Odaklı Mekânlar
Kimlik	Kuruluş Yeri	Merkezi Davetkâr Değil
	Değişim	Ortam – Sıklıkla Lezzet – Sıklıkla
	Müşteriler	Yerel Halk ve Turist
		Merkezi Davetkâr Ortam – Arasıra Lezzet – Çok Nadir Yerel Halk ve Turist

Tablo 5.5. (Devam) Konya mekânlarına yönelik kimlik ve süreç değerlendirmeleri.

Menü		Ulusal menüler Baskın Basılı menüler	Yöresel yemekler baskın Basılı ve sözlü menüler
Tedarik		Yerel tedarikçiler	Yerel tedarikçiler
Depolama		Günlük Depolama	Günlük Depolama
Hazırlama	Ön Hazırlık	Salon – Yöresel ve özgün Mutfak – Ulusal ve yöresel	Salon – Yöresel ve özgün Mutfak – Yöresel
	İşleniş ve Pişirme	Et, sebze ve hamur baskın	Et baskın
		Izgara ve ocak Eş zamanlı ve hazırlama sonunda pişirme	Fırın ve ocak Hazırlama sonunda pişirme, pişirme sonunda hazırlama
Tüketim	Sunum	Küresel yöntemler	Küresel ve yöresel yöntemler
	Yeme Şekli	Batı temelli klasik yaklaşım	Yemeğe özgü
Atıkların Değerlendirilmesi		Sokak ve besi hayvanların beslenmesi ağırlıklı	Sokak ve besi hayvanların beslenmesi ağırlıklı

Görüşülen mekânların ikisi tarihi konakların restoresiyle oluşturulmuş, biri ise 1907 yılından beri hizmet veren yeme-içme mekânıdır. Benzer şekilde şehir içinde yer alan yeme-içme mekânlarının bir kısmı tarihi yapıların restorasyonu ile oluşturulmuştur. Yeme-içme mekânlarının ortamları büyük oranda tarihi bir temaya oturtulmuştur. Konya’da yöresel yemekler sunan ve müşteri kitlesini yerli ve yabancı turistler oluşturan yeme-içme mekânları büyük oranda Mevlana Müzesi’nin bulunduğu şehrin en merkezi yerlerinden birinde kuruludur. Turistlerin yöresel yemeklerden tatması adına alakart menülere ek olarak menüde bulunan yöresel yemekleri ve içecekleri içeren çeşitli sabit menüler yeme-içme mekânlarında bulunmaktadır. Bu sabit menüler özellikle turlar aracılığıyla gelen müşterilere sunulmaktadır. Gözlemlenen ve görüşülen mekânların tamamında yazılı bir menüyle karşılaşmıştır. Diğer destinasyonlardan farklı olarak Konya’da bulunan yeme-içme mekânları öğlen yemekleri için daha yoğunken akşam yemeklerinde nispeten daha erken saatlerde kapanmaktadırlar.

Hjalager (2004)’in gastronomi turistlerinin yaşam tarzlarına yönelik yaklaşımları bakımından Konya’da ele alınan hem ortam hem de ürün odaklı mekânlar için yerel halkın yoğunlukla eğlencesel, turistlerin ise deneysel tutumda olduğu söylenebilir. Diğer taraftan turistler için kültürel güdüleyicilerin, yerel halk için ise bireylerarası ve statü itibar güdüleyicilerinin güdülenme faktörü olduğu söylenebilir.

Konya’da yeme-içme mekânlarıyla özdeşleşmiş ve birçok mekânda sunulan yöresel ana yemekler: Etlı ekmek, fırın kebabı ve tırttır. Kısacası Konya’da ev dışında tüketilen yöresel yemekler denilince insanların aklına bu üç yemek gelmektedir. Konya ile özdeşleşmiş bu yemeklerin sıklıkla yeme-içme mekânlarında sunulduğunu söylemek mümkündür.

Konya’da yer alan yeme-içme mekânlarının tedarik yöntemi tercihleri mekânlara göre değişmektedir. Bazı mekânlar aynı tedarikçilerle çalışmayı uygun görürken bazıları ise birçok farklı tedarikçiyle çalışmaktadır. Tedarik yöntemleri ürün grubuna göre değişmektedir. Örneğin bazı mekânlar et ürünlerini uzun zamandır aynı tedarikçiden alırken sebze tedarikini farklı tedarikçilerden yapabilmektedir. Depolama tercihleri ise yemeklerde kullanılan malzemelerle birebir ilişkilidir. Yemeklerde mevsimsel olmayan içerikler genelde günlük olarak temin edilerek kısa süreli depolanmaktadır. Diğer taraftan kurutulmuş sebzeler ve meyveler, turşular, kuruyemişler gibi geleneksel yöntemlerle saklanmış içerikler uzun süreli depolanmaktadır.

Konya mekânlarında sunulan yemeklerin sunuma hazır getirilmesi sürecinin önemli bir kısmı ön hazırlıktan oluşmaktadır. Konya ile özdeşleşmiş fırın kebabı servis saatlerinden önce pişirilerek sunuma hazır hale getirilirken, tirit ve etli ekmek gibi yemeklerin içerikleri servisten önce pişirilir veya pişirmeye hazır hale getirilir.

İncirli ette toprak güveç kullanıyoruz. Çünkü onu dinlendirme özelliğimiz falan var aroması incirin ete biraz daha yavaş yavaş geçsin diye %40 kadar servisten önce pişirip yaklaşık dört saat kadar dinlendiriyoruz. (*Somatçı Fihi ma Fih, Konya*)

Et yemeklerinin ağırlıklı olduğu yeme-içme mekânlarında yavaş pişirilmiş ve baharatsız veya çok az baharatlı oldukça sade yemekler sunulmaktadır. Sade yemeklerin sunulması kullanılan ürünlerin çok dikkatli seçilmesini ve iyi ustalık gerekliliğini doğurmuştur. Et seçiminde dikkat çeken unsur kuzu eti kullanımının yoğunluğu ve kuzunun belirli bölgelerinin tercih sebebi olmasıdır. İdarecilerin kuzunun kemiğe yakın bölgeleri olarak adlandırdıkları kol, gerdan ve kaburga gibi bölgelerin etlerinin kullanımı yoğundur. Taze sebzelerin kullanımı kadar kurutulmuş sebzeler ve meyvelerin ayrıca turşuların kullanımı yeme-içme mekânlarında karşımıza çıkmaktadır.

Bir gün öncesinden biz kuzuyu kemiğinden ayırıyoruz, bir gün dinleniyor. Ertesi gün bakır leğenlerin içinde kemiksiz haliyle içine koyuyoruz. Herhangi bir kesinlikle başka katkı

maddesi yok. İlaveten sadece ve sadece kaya tuzu kullanıyoruz. Pişme süreci 5 saattir ortalama. (Hacı Şükrü, Konya)

Konya’da yer alan yeme-içme mekânlarında ızgara ve ocakta pişirilen yemeklere rastlansa da fırın yemeklerinin baskın oluşu dikkat çekmektedir. Özellikle yavaş pişirilen yemekler için fırınlar kullanılmaktadır. Yeme-içme mekânlarında bakır, çelik ve toprak pişirme araçlarının kullanımı görülmüştür. Her mekân kendine özgü ve/veya yemeklere özgü pişirme aracı kullanmaktadır.

Konya yeme-içme mekânlarında yemeklerin hazırlanmasında hazırlamayla eş zamanlı pişirme yöntemiyle pek karşılaşılmazken, hazırlama sonunda pişirme ve pişirme sonrası hazırlama genelde yemeklerin hazırlanma yöntemidir.



Görsel 5.9. *Konya Hacı Şükrü: Bakır leğende pişirilen fırın kebabı.*

Servis kabı olarak genelde porselen kullanılmaktadır. Ancak özellikle tarihi vurguya sahip incirli et, fırın kebabı gibi yemekler toprak, bakır ve ahşap kaplarda servis edilmektedir. Belirtildiği üzere mekânlara özgü farklılıklar olmakla beraber fırın kebabı ve tirit bakır sahan, etli ekmek ahşap, kuru meyveli et yemekleri ise genelde toprak kaplarda sunulmaktadır.

Yeme-içme mekânlarında masalara ek olarak yer sofralarına da bazı mekânlarda rastlanmaktadır. Yöresel yemekler sunan ve tarihi konakların restorasyonu ile oluşturulmuş mekânların bir veya iki odası genelde yer sofrası şeklinde tasarlanmıştır. Yer sofralarının bulunması ele alınan diğer destinasyonlardaki mekânlarda artık aynışmış masa ve sandalye oturma düzeninden bir farklılık unusu olarak dikkat çekmektedir.

Konya’da bulunan mekânlarda yemek artıkları sokak ve besi hayvanların beslenmesi ve hayvan barınaklarına gönderilmesi şeklinde değerlendirilmektedir.

5.6. Nevşehir

Nevşehir Türkiye için oldukça önemli olan destinasyonlardan Kapadokya bölgesini içinde bulundurmaktadır. 2017 yılında Nevşehir’de bulunan konaklama işletmelerinde 422,847 yerli ve 969,886 yabancı olmak üzerinde toplam 1,392,733 kişi konaklama yapmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018). Bu bağlamda turistler tarafından oldukça talep gören bir destinasyon olduğu görülmektedir. Nevşehir’de görüşmelerin gerçekleştirildiği mekânlar: Han Odası, Kadın Kooperatifleri Restoran, Keyif Restoran ve Zeytin Ev Yemekleri’dir. Bu mekânlardan biri Nevşehir merkez, biri Avanos, biri Göreme ve sonuncusu Ürgüp’te bulunmaktadır. Keskin farklar olmamakla birlikte Kadın Kooperatifleri Restoran ve Zeytin Ev Yemekleri ürün odaklı, Han odası ve Keyif Restoran ise ortam odaklı yeme-içme mekânları olarak ele alınabilir. Bu iki odak açısından, adı anılan mekânların kimlik ve yiyecek üretim süreçleri şu şekilde tablolastırılabilir.

Tablo 5.6. *Nevşehir mekânlarına yönelik kimlik ve süreç değerlendirmeleri.*

		Ortam Odaklı Mekânlar	Ürün Odaklı Mekânlar
Kimlik	Kuruluş Yeri	Merkezi ve Davetkâr	Merkezi ve Davetkâr
	Değişim	Sıklıkla	Sıklıkla
	Müşteriler	Yerel Halk ve Turist	Yerel Halk ve Turist
	Menü	Ulusal ağırlıklı ve karma Tabela ve Basılı menüler	Ulusal ağırlıklı ve Yöresel Basılı ve sözlü menüler
Tedarik		Ürün grubuna göre değişen tedarik tercihi	Aynı tedarikçiler ve yerel pazarlar
Depolama		Günlük Depolama Küresel Yöntemler	Günlük ve Haftalık Depolama
Hazırlama	Ön Hazırlık	Salon – Küresel Mutfak – Farklı Yöntemler	Salon – Küresel Mutfak – Farklı Yöntemler
	İşleniş ve Pişirme	Et ve sebze baskın Izgara, fırın ve ocak Hazırlamayla eş zamanlı ve hazırlama sonrası pişirme	Et, sebze ve baharat baskın Fırın ve ocak Hazırlama Sonrası Pişirme
Tüketim	Sunum	Küresel yöntemler	Küresel yöntemler
	Yeme Şekli	Batı temelli klasik yaklaşım	Batı temelli klasik yaklaşım
Atıkların Değerlendirilmesi		Mekâna Özgü	Mekâna Özgü

Hjalager (2004)'in ele aldığı gastronomi turistlerinin yaşam tarzlarına yönelik tutumlar bağlamında Nevşehir'de bulunan hem ortam odaklı hemde ürün odaklı mekânlar için turistlerin varoluşu, yerel halkın ise her iki odak açısından rekreasyonel tutumda olduğu söylenebilir. Nevşehir'de bulunan yeme-içme mekânlarının önemli bir kısmı ulusal yemekler sunmaktadır. Birçok farklı kültürden turist ağırlayan bölgede birkaç yemek dışında yöresel yemeklerin mekânlarda sunulmadığı görülmüştür. Turistlerin yoğun olarak ziyaret ettiği Ürgüp ve Göreme gibi bölgelerde yer alan mekânlarda ulusal yemeklerin yabancı turistlere yöresel yemekler olarak pazarlandıkları görülmektedir. Turistlere odaklı yeme-içme mekânlarının neredeyse hepsinde yöresel yemek olarak testi kebabı sunulmaktadır. Bu anlamda yöresel yemeklerin sunumu sadece testi kebabı ile sınırlı kalmaktadır. Buna ek olarak, testi kebabı dışında kalan yöresel yemeklerin görüşülen mekân sahipleri tarafından özel siparişle hazırlandığı belirtilmektedir. Nevşehir'de geniş anlamda iki farklı pazara hitap eden yeme-içme mekânları bulunmaktadır. Turistlere ve yerel halka hitap eden mekânlar arasındaki ayrım oldukça net görülmektedir. Turistlere hitap eden mekânlar turistik bölgelerde kuruludur ve oldukça geniş menülere sahiptir. Diğer taraftan yerel halka hitap eden mekânlar destinasyonun birçok farklı yerinde kuruluş yeri bakımından dağınık ve daha mütevazı menülere sahiptirler.

Nevşehir genel olarak Kapadokya bölgesiyle simgeleşmiş ve bu simgeleşmeyle neredeyse bütün yeme-içme mekânlarında karşılaşılmaktadır. Konya'da Sufi kültürü simgelerinin kullanılmasında olduğu gibi Nevşehir'de de yeme-içme mekânlarında Kapadokya simgeleri mekânların ortamı bakımından aynışmaya yol açmaktadır. Benzer şekilde testi kebabının yapıldığı testilerin birçok mekânda dekorasyon malzemesi olarak kullanılmaktadır.

Mekânlarda tabela ve yazılı menülerin kullanımının ağırlıklı olduğu görülmektedir. Tabela menüler turistik bölgelerde bulunan mekânların neredeyse hepsinde kullanılmaktadır. Genel anlamda turistlere hitap eden mekânların ortam, yerel halka hitap eden mekânların ise hizmet odaklı mekânlar olduğu gözlemlenmiştir. Turistlere hitap eden mekânlarda genelde oldukça geniş olan ulusal yemeklerin ağırlıklı olduğu karma menüler kullanılmaktadır. Bu anlamda yemek çeşitliliği bakımından oldukça geniş bir arzın söz konusu olduğu söylenebilir. Menülerde aynı yemeğin farklı seçeneklerde sunulmasıyla da karşılaşılmaktadır. Örneğin yöresel olarak kuzu etiyle

yapılan testi kebabının dana etinden, tavuklu ve vejetaryen seçenekleri de mekânlarda sunulmaktadır.

Nevşehir’de bulunan yeme-içme mekânları tedariklerini günlük ve/veya haftalık olarak yapmaktadırlar. Mekân idarecileri et ürünleri için genelde aynı tedarikçiyle çalışmayı tercih ederken, sebze ve baklagiller gibi diğer ürünler için değişken tedarikçilerle çalışmaktadırlar. Sebze ve meyvelerin tedariki için görüşülen mekân idarecilerinin ilk tercihinin yerel pazarlar olması diğer destinasyonlardan farklılaşmaktadır.

Ben genelde taze kullanmayı sevdiğim için haftalık alırım bütün malzemelerimi yani sebze tarzı domates bu tarz şeyleri pazar ihtiyacımı haftalık pazardan alırım ama diğer ihtiyaçlarımı haftalık takip edecek şekilde iki kilo fasulye alırım, 2-3 kilo nohut alırım. *(Zeytin Ev Yemekleri, Nevşehir)*

Depolama tercihleri taze bulunabilen ürünler için tedarikle paralel şekilde genelde haftalık olarak yapılmaktadır. Ürünlerin tazelik ömrünü uzatıcı yöresel yöntemlerin yeme-içme mekânlarında en çok kullanıldığı destinasyon olarak Nevşehir göze çarpmaktadır. Turşu kurma, konserveleme ve kurutma yöntemleri birçok mekânda sıklıkla kullanılmaktadır. Yöresel yöntemlerle yapılmış lahana ve salatalık öncelikli olmak üzere birçok turşu çeşidi, domates konservesi, biber, patlıcan gibi sebzelerin kurutması kış mevsiminde kullanmak üzere yaz aylarında yeme-içme mekânlarında yapılarak uzun süreli depolanmaktadır.

Kuru ürünleri, kuru biber filan kurutuyoruz çünkü kuru fasulyenin içine atıyoruz, yazdan kurutuyoruz, kış boyu yetene kadar onu kullanıyoruz. *(Kadın Girişimcileri Kooperatifi Restoran, Nevşehir)*

Domatesi konserveliyoruz, melemen için kullandığımız domates var. Yazdan kalma lezzeti ancak o şekilde kışa saklayabiliyoruz. Yoksa mümkün değil mevsimin domatesi ile. Yani iyi yönde kullanıyoruz, artı sayıyoruz onu. *(Keyif Kafe & Restoran, Nevşehir)*

Nevşehir’de bulunan yeme-içme mekânlarında büyük oranda ulusal ve küreselleşmiş yemeklerin sunulması ön hazırlık sürecinin diğer destinasyonlara oranla daha kısa olması sonucunu doğurmuştur. Yemeklerin hazırlanmasının büyük bir bölümü ve pişirilmesi genellikle sipariş alındıktan sonra gerçekleştirilmektedir. Mutfak için ön hazırlık menüde bulunan yemeklerin önemli bir kısmı için içeriklerin hazırlanması için uygun hale getirilmesini kapsar. Sunulan yöresel yemekler ise genelde pişirilerek tamamen hazırlanmış veya pişirilmeye hazır hale getirilmiştir.

Turşu Nevşehir’de bulunan bütün mekânlarda standartlaşmış şekilde sunulan ikramdır. Bunun yanında mevsim salataları veya yeşillikler, çiğ köfte vb. bazı mezeler, kabak tatlısı ve çay ikramlarıyla da karşılaşmıştır. Bu ikramlar alkolsüz mekânlarda büyük oranda siparişe göre değişmezken, alkollü mekânlarda ise genelde sipariş verilen içeceği ve yemeğe göre değişmektedir.



Görsel 5.10. *Nevşehir Han Odası Restoran: Kiremitte köfte ve ikram edilen turşu.*

Nevşehir mekânlarında sunulan yemeklerde en baskın içerik ettir. Vejetaryen yemekler dışında karşılaşılan tüm ana yemeklerde kuzu, dana, tavuk veya balık etinin kullanımıyla karşılaşılmıştır. Mevsiminde taze sebzeler, mevsimin dışında ise mümkün olduğu durumlarda mekânların kendilerinin konservelediği ve kuruttuğu sebzeler kullanılmaktadır. Birçok farklı yemekte kullanılan domates bazı mekânlarda konservelenmekte, biber ve patlıcan ise kurutulmaktadır. Bu uygulamalara neden olarak mekân idarecileri mevsimi dışında özellikle domateslerin lezzetsiz olmasını göstermektedir. Baharatların kullanımının yaygın olduğu söylenebilir. Nevşehir’de gözlemlenen her yemeğin içeriğinde ve yeme-içme mekânlarında masaların üzerine standart şekilde baharat çeşitleriyle karşılaşılmıştır. Diğer taraftan baklagillerin kullanımı hem ana yemeklerde hem de mezelerde diğer destinasyonlara oranla Nevşehir’de bulunan mekânlarda daha yoğundur.

Nevşehir yeme-içme mekânlarında neredeyse bütün yöresel yemeklerin pişirme yöntemi fırında pişirmedir. Yöresel yemeklerin pişirilmesi için sıklıkla kullanılan taşınabilir pişirme aracı ise toprak kaplardır. Birbirinden farklı birçok yemek toprak kaplarda pişirilmektedir. Hititlerden beri toprak kapların yapıldığı bilinen Nevşehir’de (Avanos) günümüzde de çok sayıda atölye bulunmaktadır. Nevşehir’de toprak kaplarda

pişirilen yemeklerin, toprak ocaklarında çalışan kadınların hem yanan ateşi değerlendirmek hem de yemeklerini hazır etmek için ağpakla, testi kebabı gibi yavaş, uzun sürede ve toprak kapta pişen yemekleri yapmasıyla, yöresel yemeklerin pişiriminin bu yönlü geliştiği görüşmelerde vurgulanmıştır. Diğer taraftan ağpakların yöresel pişirme yönteminden her mekânda bahsedilse de görüşülen ve gözlemlenen mekânların neredeyse hepsinde çelik tencerelerde pişirilmekte ve porselen tabaklarda sunulmaktadır.

Yemeklerin hazırlanmasıyla ilgili olarak Nevşehir mekânlarında hazırlama sonunda pişirme neredeyse tüm yemeklerde kullanılan yöntemdir. Testi kebabı, ağpakla, mantı ve Nevşehir tavası gibi yöresel yemekler hazırlama aşamasının tamamen bitmesinden sonra pişirilmektedir.

Servis kabı olarak genelde toprak kaplar ve porselen kullanılmaktadır. Yöresel yemeklerde toprak kaplar, ulusallaşmış ve küresel yemeklerde ise genelde porselen kapların kullanıldığı görülmüştür. Ulusal ve küresel yemeklerin yeme şekli müşterilerin zevkine bırakılmışken yöresel yemeklerde hem yerli hem de yabancı turistlere yeme şekliyle ilgili olarak çeşitli öneriler sunulmaktadır. Nevşehir’de bulunan mekânlarda yemek artıkları sokak, besi ve evcil hayvanların beslenmesi ve ihtiyaç sahiplerine verilmesi şeklinde değerlendirilmektedir.

5.7. Trabzon

Trabzon doğa ve kültür turizmi bağlamında özellikle son yıllarda oldukça dikkat çeken bir destinasyon haline gelmiştir. Birçok farklı konuda turizm arzına sahip destinasyonda tanıtım çalışmalarıyla oldukça sıklıkla karşılaşılmaktadır. Bu tanıtım çalışmalarında üzerinde durulan temalardan biri de yöresel yeme-içme kültürüdür. Gerçekleştirilen alan çalışması boyunca üzerinde durulan farklılıkların yeme-içme mekânlarına yansımaları net şekilde görülmektedir. 2017 yılında Trabzon’da bulunan konaklama işletmelerinde 177,368 yabancı ve 421,096 yerli olmak üzerinde toplam 598,464 kişi konaklama yapmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018). Trabzon’da görüşmelerin gerçekleştirildiği mekânlar: Kalkanoğlu Pilavcısı, Kulüp Bahçe, Komaroğlu Köftecisi, Rüştü’nün Fırını ve Zeki Usta Balık’tır. Bu mekânların hepsi tek ürün grubuna yönelik mekânlardır. Rüştü’nün Fırını, Kalkanoğlu Pilavcısı ve Komaroğlu Köftecisi ürün odaklı mekânlarken, Kulüp Bahçe ve Zeki Usta Balık ise pek keskin farklar olmamakla beraber ortam odaklı mekânlar olarak ele alınabilirler.

Tablo 5.6. Trabzon mekânlarına yönelik kimlik ve süreç değerlendirmeleri.

		Ortam Odaklı Mekânlar	Ürün Odaklı Mekânlar
Kimlik	Kuruluş Yeri	Merkezi ve Davetkâr	Merkezi ve Davetkâr
	Değişim	Nadir	Nadir
	Müşteriler	Yerel Halk ve Turist	Yerel Halk ve Turist
	Menü	Tek yemek ağırlıklı ve yöresel Basılı ve Sözlü menüler	Tek yemek ağırlıklı ve yöresel Sözlü menüler baskın
Tedarik		Aynı tedarikçiler	Aynı tedarikçiler
Depolama		Günlük ve haftalık Depolama	Günlük Depolama
Hazırlama	Ön Hazırlık	Salon – Küresel Mutfak – Farklı Yöntemler	Salon – Küresel ve özgün Mutfak – Farklı Yöntemler
	İşleniş ve Pişirme	Et, sebze ve hamur Izgara, fırın ve ocak Hazırlama sonrası pişirme	Et ve hamur baskın Fırın, ocak ve ızgara Hazırlama Sonrası Pişirme
Tüketim	Sunum	Küresel yöntemler	Yemeğe özgü
	Yeme Şekli	Batı temelli klasik yaklaşım ve yemeğe özgü	Yemeğe özgü
Atıkların Değerlendirilmesi		Besi ve sokak hayvanlarının beslenmesi	Besi ve sokak hayvanlarının beslenmesi

Hjalager (2004)'in ele aldığı gastronomi turistlerinin yaşam tarzlarına yönelik tutumlar bağlamında Trabzon'da bulunan hem ortam odaklı hem de ürün odaklı mekânlar için turistlerin varoluşçu, yerel halkın ise her iki odak açısından eğlencesel tutumda olduğu söylenebilir. Turistler açısından yeme-içme mekânlarını ziyaretlerde kültürel güdüleyicilerin önemli rol oynadığı görülmektedir. Değerlendirmeler sonucu sıklıkla önerilen mekânların neredeyse hepsi oldukça köklü bir geçmişe sahiptir ve şehrin merkezinde kolay ulaşılabilir durumdadır. Tarihi kökene sahip mekânların uzun yıllardan beri alışagelmiş mekân kültürlerini yaşatma çabasında oldukları ve değişime karşı olumlu olarak ele alınabilecek bir direnç gösterdikleri görülmektedir. Gözlemlenen mekânların büyük bölümü ürün odaklı mekânlardır. Bu bağlamda mekân idarecileri tarafından lezzet oldukça önem verilen bir değişkendir. Ortam konusunda ise mekânların mütevazı oldukları söylenebilir. Trabzon'da bulunan yeme-içme mekânlarının yemekler bağlamında oldukça çeşitli ve birbirinden farklılaşmış, ortam anlamında ise birbirine benzer oldukları söylenebilir.

Yerel halk ve çevre illerden günübirlik gelen ziyaretçiler mekânların müşterilerinin önemli bir bölümünü oluşturmakla beraber, yerli ve yabancı turistler de mekânları ziyaret etmektedirler. Mekânlarda müşterilerin   le yemekleri için ortalama olarak 30 – 40 dakika arası, ak am yemekleri için ise bir saatten fazla zaman geçirdikleri görülmüştür.

Trabzon’u görüşülen diğer tüm destinasyonlardan ayıran en temel özellik ele alınan bütün yeme-içme mekânlarında birbirinden farklı yemeklerin sunulmasıdır. Bu anlamda görüşülen her mekânın menüleri birbirinden tamamen farklıdır. Diğer taraftan mekânların genelde uzmanlaşmaya giderek tek ürün grubuna yönelik (Trabzon pideleri, yöresel yemekler, balık yemekleri gibi) yemekler sunmaktadırlar. Bu bağlamda mekânların menüleri sadece birkaç yemekle sınırlı ve oldukça sadedir. Mekânlarda çeşitli fiziksel menülerin (basılı, vitrin, tabela menü gibi) bulundurulmasına rağmen sözlü menülerin kullanımı oldukça yaygındır. İçerik bağlamında ise genelde tek yemeğin baskın olduğu menülerle kar ıla ılmaktadır. Nevşehir’de vejetaryen testi kebabının görülmesine benzer şekilde 1856 yılından beri sadece pilav ve kavurma pi en Tarihi Kalkano lu Pilavcısında müşterilerin vejetaryen yemek talebiyle menüye etsiz kuru fasulyenin eklenmesi küreselleşme bağlamında dikkat çeken bir uygulamadır. Diğer destinasyonlarda da karşılaşılan (Konya fırın kebabı, Kırklareli köfte ve o lak kebabı gibi) gram ile yemek porsiyonunun belirlenmesine Trabzon’da daha sık kar ıla ılmıştır. Akçaabat köftesi ve pilav gramajla porsiyonlanmaktadır. ‘Terazinin adaleti kepçenin hilesi vardır’ atasözü mekân idarecileri tarafından görüşmelerde sıkça vurgulanmıştır.

Trabzon yeme-içme mekânlarında yerel ürünlerin kullanımı diğer destinasyonlardan farklı olarak daha seyrek tir. Süt  r nleri, balık ve bazı sebzeler dışında kullanılan ürünlerin önemli bir kısmı il dışında üretilen ürünlerdir. Bu anlamda Trabzon mekânlarında yemeklerin y reselle mesi, kullanılan gıda işleme teknikleri ve uzmanlaşma üzerine olduğu söylenebilir. İl dışından getirilen kırmızı et, baklagiller ve sebzeler gibi ürünler büyük oranda yakın bölgede bulunan illerden temin edilmektedir. Köklü bir geçmişe sahip olmalarına paralel olarak, yeme-içme mekânlarının idarecileri uzun yıllardır aynı tedarikçilerle  alı ıklarını belirtmişlerdir.

Şimdi eti hep aynı kişiden tedarik ediyoruz. Aynı kasapla çalışıyoruz. Normalde şey olmasını istiyoruz yöresel. Yöresel etin tadı çok farklı, yöresel et olmadığı için nasıl

diyeyim size yaptığımız kıymanın yüzde onu yöreseldir onun dışında Merzifon'dan gelir Amasya tarafından gelir, Samsun'dan gelir. (Komaroğlu Köftecisi, Trabzon)

Yöresel üretim anlamında tereyağı kullanımı oldukça yaygınken aksine bölgede üretilmeyen zeytinyağının kullanımına rastlanmamıştır. Yerel halkın yeme-içme mekânlarında zeytinyağının kullanılmasına yönelik talebi söz konusu değildir. Akçaabat köftesinin yanında verilen piyaz için bile müşterilerin zeytinyağı yerine ayçiçeği yağını talep ettiği görüşmelerde vurgulanmıştır. Yöresel anlamda Trabzon ile özdeşleşmiş tereyağı, balık ve peynir gibi ürünlerin yerel üretim olması konusunda mekân idarecilerinin oldukça dikkatli davrandığı görülmüştür. Baklagiller, baharatlar, soğan ve patates gibi dayanıklı sebzeler dışında görüşülen tüm mekânlarda depolama yapılmamaktadır. Bu bağlamda mekânlar için kısa süreli depolama en sık kullanılan yöntemdir.

Trabzon'da bulunan mekânlarda sunulan yemeklerin hazırlanması büyük oranda servis öncesinde gerçekleştirilir. Yöresel yemekler servisten önce pişirilir, köfte ve balık gibi yemekler servisten önce pişirilecek hale getirilir ve pideler ise hamuru ve içi servisten önce hazırlanarak son şekli sipariştten sonra verilerek pişirilir. Bu anlamda ön hazırlık gıdanın işlenmesi aşamasında geniş bir yer tutar. Turşu Nevşehir'de bulunan mekânlara benzer şekilde Trabzon mekânlarında da en sık karşılaşılan ikramdır. Bunun yanında helva, salata ve çay ikramlarıyla da karşılaşılmıştır.

Trabzon mekânlarında ana yemek içerikleri et (kırmızı et ve balık), tahıllar (pirinç ve buğday) ve sebzelerin baskınlığındadır. Her mekânın kendine özgü baskın olarak yemeklerin yapımında kullandığı bir ürün grubu söz konusudur. Bazı mekânlar sadece kırmızı etli yemek yaparken, bazıları sadece pide, bazıları ise sadece balık yemekleri sunmaktadır. Bu anlamda mekânlar kendi içinde oldukça benzer içeriklere sahip yemekler sunarken tüm destinasyon ele alındığında ana yemek konusunda çeşitliliğin söz konusu olduğu söylenebilir. Sebzelerin kullanımı ev yemekleri sunan mekânlarda karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca ana yemeklerin yanında tamamlayıcı olarak sıklıkla kullanılmaktadır. Trabzon mekânlarında baharat kullanımı oldukça düşüktür. Birkaç yemek dışında baharat kullanımıyla karşılaşılmamıştır.

Yemeklerin hazırlanmasıyla ilgili olarak sunulan yemeklerin hazırlama sonunda pişirilmesi pideler hariç karşılaşılan tüm yemeklerde kullanılan yöntemdir. Pidelerin

yapımında ise önceden hamur yoğrularak dinlendirilir ve içerikleri hazırlanır (peynir) ve/veya pişirilir (kıyma) yarı hazır içerikler siparişten sonra şekillenerek pişirilir.

Ocak, ızgara ve fırın Trabzon mekânlarında kullanılan sabit pişirme araçlarıdır. Mekânlarda herhangi bir pişirme aracının baskınlığı görülmemiştir. Sabit pişirme araçları genel olarak yemeklere ve mekâna özgü şekilde değişmektedir. Örneğin balık yemekleri sunan mekânların bazılarında her üç pişirme aracı da kullanılmakta, kullanılacak araç sipariş edilen yemeğe göre değişmektedir. Trabzon pidesi sunan mekânlarda fırın, yöresel ev yemekleri sunan mekânlarda ise genelde ocak sabit pişirme aracı olarak kullanılmaktadır. Taşınabilir pişirme aracı olarak ise çelik ve bakır kapların kullanımı ile karşılaşılırken, toprak kapların kullanıldığı gözlemlenen hiçbir mekânda görülmemiştir.



Görsel 5.11. *Trabzon Rüştü'nün Fırını: Kâğıt üzerinde servis edilmiş Trabzon pidesi*

Porselen ve bakır servis kapları Trabzon mekânlarında kullanılan servis kapları olarak görülmüştür. Trabzon pidesi sunan mekânlarda ise pideler kâğıt parçaları üzerinde servis edilmektedir. Bu örnekte kâğıt bir servis aracı olarak kullanılmaktadır. Çatal ve kaşıkla, ekmek bandırarak ve elle yeme en sık karşılaşılan yeme şeklidir. Yöresel ev yemekleri ve balık yemeklerinin genelde çatal kaşıkla ve elle, pideler kendi ekmeği bandırılarak (yöresel olarak) ve elle yenildiği görülmüştür.

Trabzon mekânlarında kalan yemek atıkları büyük oranda besi ve sokak hayvanlarının beslenmesinde kullanılmaktadır. Mekân sahiplerinin israf konusunda oldukça duyarlı oldukları söylenebilir. Uzun yıllardır hizmet veren mekânlar israfı en az düzeyde tuttuklarını sıklıkla dile getirmektedirler.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1. Sonuç

Çalışmanın “İlgili Literatür” başlığında tartışıldığı üzere, yemek kültürü ve aynışma kelimeleri bir araya geldiğinde ana etken olarak küreselleşme ve turist beklentisi öne çıkmaktadır. Ancak küresel yemek kültürünün ortaya çıkışı, karşıt olarak yöresel yemek kültürüne daha fazla değeri verilmesini sağlamıştır. Yine küreselleşmeyle bağlantılı olarak giderek tüm dünyayı saran Mcdonaldlaşma karşıt olarak yavaş yemek akımının oluşmasına neden olmuştur. Ayrıca turistlerin önemli bir bölümü destinasyona özgün deneyimler de yaşamak istemektedir. Tüm bu karşıtlıklar gastronomi turizmi kapsamında yaşatılan yemek kültüründe farklılaşmanın ya da aynışmanın araçları konusunda daha açık fikirli olmayı ve sınırlayıcı terimlerin dışında bir bakış geliştirmeyi gerekli kılmaktadır.

Bu amaçla, turizm, antropoloji ve sosyoloji gibi alanlardan faydalanılan bu tezde, gastronomi turizmi kapsamında özel yere sahip yedi destinasyonun paydaşlarından olan 53 yöresel yemek sunan işletme odağı alınmıştır. Böylece yeme-içme mekânları özelinde, “yemeğin temin edilmesi ve dönüştürülmesi aşamaları” çerçevesinde, yemekleri aynıştıran ya da farklılaştıran etkenler belirlenmeye çalışılmıştır. Uygulama sürecinde küreselleşmeye ek olarak idarecilerin mekâna ve yemeğe bakışının, aşçının usulünün, malzemenin niteliğinin, destinasyonun ve müşteri taleplerinin, yani yiyeceğin temin ve dönüştürülme aşamalarında doğrudan etkileşim halinde olan aktörlerin aynışma ve farklılaşmada belirleyici olduğu anlaşılmıştır.

Çalışmanın demografik bulgularında belirtildiği üzere yeme-içme mekânlarında yapılan yemekle mekân çalışanlarının cinsiyeti arasında bir ilişki söz konusudur. Geleneksel esnaf lokantaları dışındaki çoğu mekânda yöresel ev yemekleri kadınlar tarafından yapılırken, yöresel ev dışı yapılan, ulusal ve küresel yemeklerde erkeklerin hâkimiyeti söz konusudur. Erkeklerin yeme-içme mekânlarının idaresi ve yemeklerin işlenmesinde baskınlığı aynışma sonucunu doğurmaktadır.

Ele alınan her destinasyonda açık şekilde gözlemlenen bütüncül kimlik unsurları, destinasyonda bulunan mekânları diğer destinasyonlardan farklılaştırırken destinasyonda bulunan mekânları birbirleriyle aynıştırmaktadır. Mekân idarecilerinin bütüncül unsurları tartışmasız şekilde kabul etmesi, hem kimlik açısından hem de yemekler bağlamında aynışmayı kabullendiklerini göstermektedir. Sonuç olarak

yeme-içme mekânlarında birbirine oldukça benzer yemekler, işleyiş ve ortam meydana çıkmaktadır. Farklılıklar ise detaylarla sağlanmaya çalışılmaktadır.

Yeme-içme mekânlarında az ya da çok değişim, zaman içerisinde gerçekleştirilmiştir. Genelde yaşanan aksaklıklar, müşteri talepleri ve moda hareketlerine bir reaksiyon olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Yeme-içme mekânları yoğun rekabet içinde olan örgütlerdir. Yoğun rekabet ortamında rakiplerden farklılaşmak avantaj sağlayıcı niteliktedir. Farklılaşma ve bu farklılaşmanın sürdürebilirliğini sağlamak değişimin iyi yönetimi ile mümkündür. Gereksiz değişim girişimleri, yeme-içme mekânlarına en az değişime karşı direnç göstermek kadar zarar verebilmektedir. Mekân idarecilerinin değişim algıları ve uygulamaları yeme-içme mekânlarında aynılaştırma sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Lezzete yönelik kimlik yeme-içme mekânlarında en çok değer verilen değişkendir. Sunulan yemeklerin lezzetli ve özgün olarak anılmasını dilemek oldukça istenen bir durumdur. Yeme-içme mekânları iki farklı şekilde bu duruma ulaşmaya çalışmaktadırlar. Bu yollar, “tamamen özgün yemekler yapmak” ve “bilinen yemekleri kendilerine özgü bir usulle yapmaktır”. Bu şekilde hem farklılıklar oluşturma hem de mekâna özgü lezzete yönelik bir kimlik oluşturulabilmektedir. Diğer taraftan hizmet, misafirperverlik çerçevesinde uygulanmaya çalışılan ve neredeyse her mekânda oldukça aynılaştırılmış bir değişken olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak, neredeyse tamamının insan ilişkileriyle ilgili olması nedeniyle standartlaşma oldukça zordur. Ortamın ruhu ise dışarıdan bakınca en net şekilde gözlemlenebilen kimlik ögesidir. Görünen ortam, mekân hakkında sunulan yemekler, hizmet, kimlere hitap ettiği, fiyatlar vb. birçok değişken hakkında fikir vermektedir. Ortamda bulunmanın sağladığı haz müşteriler tarafından değer verilen bir unsurdur. Lezzet, hizmet ve ortamın ruhuna yönelik değişkenlere bakıldığında, lezzetin baskın bir farklılaşma ögesi olduğu görülürken, ortamın ruhu ve hizmet aynılaştırılmış değişkenler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yeme-içme mekânlarına şekilsel açıdan bakıldığında kimlik bağlamında ürün ve ortam odaklı, iki farklı şekilde karşımıza çıktığı görülmektedir. Ortam odaklı mekânlarda özgünleşme sadece tematik yöntemlerle sağlanabilmektedir. Diğer taraftan ürün odaklı mekânların, farklılaşma konusunda oldukça başarılı olduğu söylenebilir. Bazı destinasyonlarda tarihsel bir gelenekle, küresel anlamda bilinen yeme-içme mekânı tanımından şekilsel olarak uzaklaşmış mekânların farklılıklar ortaya koymakta oldukça başarılıdır. Bu bağlamda ortam odaklı mekânların bilindikliği ve dolayısıyla

aynılaşmayı, ürün odaklı mekânların ise özgünlüğü ve farklılaşmayı vurguladığı söylenebilir.

Kuruluş yeri belki de en çok ciddiye alınması gereken kimlik öğelerinden biridir. Birebir aynı şekilde olan mekânların bile kuruluş yeri farklılaşınca mekâna yüklenen anlamlar da farklılaşabilmektedir. Kuruluş yeri bağlamında birçok mekânın aynılaştığı söylenebilir. Kuruluş yeriyle bağlantılı olarak mekânların müşterilerinin profili de değişmektedir. Yeme-içme mekânlarının önemli bir kısmının müşterisi yerel halktır. Diğer taraftan destinasyonlar açısından genel görüşle değerli olarak görülen ve tanımlanan mekânlar turistlerin de sıklıkla ziyaret ettiği mekânlardır. Kuruluş yerinin mekânın hitap ettiği müşteri profiline yönelik değişmesi, mekânları bir bakıma aynılaştırmaktadır.

Yeme-içme mekânlarının farklı yollarla kendilerinin en iyi mekânlar arasında olduğunu gösterme uğraşları, kimlik oluşturmaya yönelik uygulamalardan biridir. Bu tarz uygulamaların Türkiye’de yeme-içme mekânı değerlendirme sisteminin olmamasıyla ilişkili olduğu söylenebilir. Ölçülü şekilde gerçekleştirilen uygulamaların mekânların kimliklerine olumlu yansıdığını söylemek mümkündür. Diğer taraftan abartılı uygulamalar mekânlara aksi etkiler oluşturabilmektedir. Mekânların özellikle duvarlarında kullandığı uygulamalar (övinç uygulamaları, süsleme, reklam ve/veya tarih aktarma amaçlı düzenlemeler) dekorasyon anlamında aşırı derecede aynılaşmaya yol açmaktadır.

Araştırmanın sonuçlarına göre mekânlarda menülerin sunulduğu basılı menüler, tabela menüler, vitrin menüler ve/veya sözlü menüler yoluyla yapılmaktadır. Menü, mekânda sunulan yemeklerin profilini yaratarak yemeklerin kimliği hakkında bilgi vermektedir. Müşteriler için en açıklayıcı, en şeffaf ve en esnek menülerin vitrin menüler olduğu görülmektedir. Diğer taraftan basılı, tabela ve sözlü menülerin kullanımında sunulan yemekler hakkında iyi bilgiye sahip servis çalışanlarına ihtiyaç vardır. Basılı ve tabela menülerin birçok mekânda oldukça benzer şekilde tasarlandığı ve yemeklerin diğer mekânlardaki yemeklerden farklılığını belirtmediği söylenebilir. Diğer taraftan iyi tasarlanmış vitrin ve sözlü menülerin farklılıkları ortaya koymada oldukça başarılıdır.

Yeme-içme mekânlarının menüleri, içerik bakımından basitten karmaşığa doğru bir içeriktedir. Karmaşık ve çok fazla yemek bulundurulmuş menüler müşterileri ve servis çalışanlarını olumsuz etkileyebilirken, tek yemekli menüler ise müşterileri seçeneksiz

bırakmaktadır. Ulusal yemeklerin baskın olduğu ve karma menüler mekânların sunulan yemekler bakımından aynışa sonucunu doğurmaktadır. Diğer taraftan, yöresel, tematik yemeklerin ve tek yemeğin baskın olduğu menüler farklılaşa yönüyle dikkat çekmektedir.

Menülerde neler sunulacağına ilişkin ana belirleyici müşteri talepleridir. Bunu yetenekler, malzemelere ulaşılabilirlik ve maliyetler izlemektedir. Mekânlarda sunulan yemekler bakımından dikkat çeken ve başarılı farklılıklar yaratmanın her zaman üstünlük sağladığını söylemek mümkündür. Farklıkların sağlandığı yemekler; yöreye, mekâna ve/veya aşçıya özgü yemeklerdir. Benzer şekilde, yemeklerin isimlendirilmesi de menülerin içeriği gibi mekâna kimlik katan değişkenlerden biridir. Araştırmanın bulgularında görülmüştür ki, yemekler isimlerini birçok farklı şekilde alabilmektedir ve yemeğin aldığı isim yemeğe farklı anlamlar katabilmektedir. Özgün isimler yemeği farklılaştırabilirken, bilindik isimler yemeği diğer mekânlarda sunulanlarla aynılaştırabilmektedir.

Yeme-içme mekânlarında sunulan yöresel ev yemekleri, evlerde yapıldığı usulden farklılaştırılmaktadır. Bu farklılaştırma tedarikten aşamasından tüketim aşamasına her aşamada karşımıza çıkmaktadır. Bu etkileşimsel süreçte yöresel yemeklerin niteliği mekân idarecilerinin bazı çözümler geliştirmesini sağlamıştır. Tezde lokantalaştırma olarak ifade edilen bu süreç, yöresel yemeğin zamanlamaya, gastronomi turizmine ve profesyonel mutfığa uyarlanmasının bir biçimi olarak görülmektedir. Bu değişim, yeme-içme mekânlarının işleyişi nedeniyle normal karşılanabilir. Lokantalaştırma her ne kadar yöresel yemeklerin özünü bir nebze zedeliyor olsa da, yöresel ev yemeklerinin mekânlarda sunulmasının önünü açmaktadır. Nitekim lokantalaştırma aracılığıyla farklılaşa sağlanabilmektedir.

Yemeği eylemsel bağlamda oluşturan öncelik, malzemelerin tedarikidir. Tedarik aynı zamanda yemek kalitesini en fazla etkileyen değişken olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeme-içme mekânlarının tedarik yöntemleri büyük oranda aynışmaktadır. Küresel ve ulusal gıda sisteminin yapısı bakımından bu sonuç oldukça normal karşılanabilir. Tedarik yönteminde tamamen farklılaşmaya gitmek mekânın neredeyse bütün yapısını değiştirmek anlamına gelebilir. Bu bakımından mekânlar tedarik yaklaşımı konusunda çoğunlukla genel gıda sistemi yaklaşımıyla uyumlu hareket etmekte ve yüksek oranda standartlaşmaktadır. Bu tedarik yaklaşımlarından istisnai hareket eden tek mekân birçok açıdan oldukça farklılaşmayı başarabilmiştir.

Ancak mekânın menüsü bulunmamakta ve günlük yapılacak yemekler o gün destinasyonun yerel üreticilerinin ürettiği ürünlerle sınırlı kalmaktadır.

Depolamanın neredeyse tüm yeme-içme mekânında bulunması zor olan ürünler dışında mümkün olduğu kadar az yapıldığı görülmektedir. Bu şekilde hem taze ürünler kullanılmakta hem de depolama için fazla yer ayırmanın meydana çıkardığı olumsuzluklar engellenmiş olmaktadır. Mekânlarda genelde küresel anlamda aynılaştırılmış depolama teknikleri kullanılmaktadır. Hem yasal zorunluklar hem de pratik olması yönüyle bu durum normal karşılanabilir. Diğer taraftan, depolamaya yönelik küresel teknikler yemekleri aynılaştırırken, yöresel saklama tekniklerinin kullanılması farklılaştırmaktadır. Ayrıca yöresel saklama teknikleri maliyetleri düşürmekte ve yöresel yemeklerin özüne uygun olarak sunulmasını olanak sağlamaktadır.

Yeme-içme mekânlarında yemeklerin hazırlanmasının ön hazırlık, işleniş ve pişirme aşamalarından oluştuğu görülmektedir. Sağlıklı gerçekleştirilmiş bir ön hazırlık yeme-içme mekânları açısından oldukça önemlidir. Yeme-içme mekânlarının işleyişinde ön hazırlık süreci, genel ve sunulan her yemeğe özgü olarak iki farklı şekilde yapılmaktadır. Planlanmış ikramlar, salon hazırlıkları ve mutfak hazırlıklarının bir kısmı genel anlamda ön hazırlık sürecinde gerçekleştirilmektedir. Bu hazırlıklar her mekânda standartlaşmış şekilde günlük olarak alışlagelmiş işler kapsamındadır. Diğer taraftan yemeğe özgü hazırlıklar her gün aynı yemekleri sunan mekânlar için alışlagelmiş, farklı yemekler sunan mekânlar için ise değişkendir. Ön hazırlık yemeğin yapılmasını sağlayan ve pratikleştiren bir süreçtir. Ön hazırlık kapsamında ikramların farklılaşmanın sağlanabileceği tek değişken olduğu görülmektedir. İkramların sunulan yemeğin lezzetini pekiştirmekte olduğu, hatta çoğu zaman dikkat çekme anlamında yemeklerin önüne geçmeyi bile başardığı görülmüştür. Sağladıkları fayda göz önüne alındığında ikramların maliyetleri oldukça düşüktür. İkramlar farklılıklar yaratmada ve müşteri memnuniyeti sağlamada daha az maliyetli ve pratik bir yol olduğu söylenebilir. Salona yönelik ön hazırlıklar ise neredeyse tüm mekânlarda oldukça aynılaştırılmıştır.

Yemeklerin hazırlanışı ve pişirilmesinde farklılıkların yaratılabileceği noktalar yemek içerikleri, hazırlanış tarzı ve pişirme yöntemleridir. Usul farklılaşması bu üç değişkende karşımıza çıkmaktadır. Birçok destinasyonda oldukça bilinen yemekler sadece içeriklerindeki birkaç küçük değişikliklerle farklı yemeklere dönüştürülebilmektedir. İçerik değişimine ek olarak hazırlanış tarzı ve pişirilme yöntemi de değiştirilerek yemeğe farklı anlamlar katılabilmektedir. Mekânlarda sunulan

yemeklerin önemli bir kısmında standartlaşmış şekilde hazırlanmış yöntemleri ve pişirme teknikleri kullanılmaktadır. Özellikle ulusal yemeklerin birkaç hazırlama ve/veya pişirme yöntemini bir arada kullanılması ve bilinen yönteminden farklı şekilde hazırlanması ve/veya pişirilmesiyle farklılığın sağlandığı söylenebilir.

Tüketim aşamasında, mekânların kontrolünde olan yemeklerin sunumu ve müşterilerin kontrolünde olan yenme şekli kapsamında ele alınmıştır. Her iki yönüyle de yeme-içme mekânlarında tüketime yönelik eylemlerin oldukça aynılaştığı önemli bir sonuçtur. Mekânların yemek sunumuna yönelik uygulamalarında farklılaşma genelde sunum araçları ve servis takımlarıyla sağlanmaktadır. Sunum araçlarındaki ve servis takımlarındaki yemeklerle uyumlu değişiklikler yemeklere farklı anlamlar katmada yardımcı olacak nitelikte uygulamalardır. Mekânlarda yemeklerin yenme şekli tamamen müşterilerin tercihlerine bırakılmıştır. Diğer taraftan yeme şekli her yemeğe özgü bir gelenek olarak görünse de, belirleyicinin büyük oranda yemek olmadığı aksine mekânın ortamı ve müşterilerin tercihi olduğu rahatlıkla söylenebilir.

Kısaca, gastronomi turizmi çerçevesinde yiyeceği temin etme ve dönüştürme sürecinde ana aktörlerden biri yeme-içme mekânlarıdır. Bu nedenle aynılaşıma veya farklılaşma mekâna ve mekânda sunulan yemeğe yönelik ayrıntılarla sağlanmaktadır. Yeme-içme mekânları; mekân kimliği, tedarik, depolama, tüketim ve atıklardan kurtulma süreçlerinin yönetiminde birbiriyle aynılaşılabilmektedirler. Özgün bir deneyim olarak mekânda bulunmanın hazzını ve yemeklerini sunan yeme-içme mekânlarında farklılaşma ise; yemek kimliği, hazırlama ve pişirme aşamalarında görülmektedir. Mekân kimliği ve yemeğe yönelik ortaya konulan küçük farklılaşma ayrıntıları, sadece mekânı değil aynı zamanda destinasyonu, yöresel ve özgün yemekleri, onun verdiği damak zevkini ve turistik cazibeyi de canlı tutmaktadır.

6.2. Öneriler

Makro düzeyde destinasyonun genel durumu, mikro düzeyde ise yeme-içme mekânları, gastronomi turizmi özelinde en önemli kaynaklardır. Öncelikle destinasyonların idarecileri gastronomi turizminin sadece yeme-içme mekânlarının sunduklarıyla sınırlı olmadığını farkına varılmalıdır. Gastronomi temalı festivaller, yöresel yemek kursları, pazar gezintileri, yöresel ürün üreticileri ziyaretleri gibi birçok etkinlik gastronomi turizmi kapsamındadır. Bu etkinliklerin mekân ziyaretleriyle bütünleşmiş şekilde sunulması ürün çeşitliliği sağlayabilecektir. Ele alınan tüm

destinasyonlarda yeme-içme kültürü bağlamında oldukça değerli farklılıklar açıkça görülebilmektedir. Ancak bu potansiyelin birkaç destinasyon dışında, olurluna bırakılmış, planlanmamış ve atıl birer kaynak olduğu görülmektedir. Küreselleşmenin etkisiyle bu oluşuna bırakılmış kaynakların her geçen gün giderek zarar göreceği aşikârdır. Bu doğrultuda araştırma sonuçlarından hareketle yeme-içme mekânlarında farklılıkların nasıl sağlanacağına yönelik öneriler aşağıda sıralanmıştır:

1) Kadınların hem mekânların idaresinde, hem de yemeklerin yapımında daha aktif yer alması, daha geniş bir bakış açısı yaratarak farklılıklar oluşturmada mekânlara katkı sağlayabilecek bir etken olarak akılda tutulmalıdır.

2) Mekân idarecilerinin bütüncül kimlik unsurlarına uymayı bir zorunluk olarak görmekten kaçınmaları ve faydacı yaklaşımla bu unsurlara yönelik yeniden değerlendirme yapmaları idarecilere tavsiye edilebilir.

3) Değişim yaşanan aksaklıklar, müşteri talepleri ve moda hareketleri gibi olaylara bir reaksiyon olarak değil; planlı, iyi değerlendirilmiş ve esnek şekilde gerçekleştirilmelidir.

4) İdareciler genel bir görüşle hizmetin müşterilerin mekân hakkında düşüncelerini etkilediğini kabul etmektedirler. Bu bağlamda mekân idarecilerinin, çalışanlarını gereğinden fazla çalıştırmaktan kaçınmaları ve çalışanlarına yönelik hizmet konusunda gerekli bilgilendirmelerde bulunmaları, onların çeşitli eğitim programlarına katılmalarına desteklemeleri tavsiye olunur.

5) Mekân idarecilerine ortam ruhunun diğer değişkenlerle (yemek, sunum gibi) uyum içinde olması, dekorasyon, manzara, kalabalık, çalınan müzik gibi unsurların da bu ruhta farklılık yaratılabilecek değişkenler olarak hatırlarında tutmaları önerilmektedir.

6) Tamamen farklılaşmak isteyen mekân idarecilerinin şekilsel anlamda yeme-içme mekânı kalıbının dışına çıkabileceğini kabul etmelidir. Dikey, yatay birleşmeler veya düzenlemeler ile kasap, fırın, çiftlik gibi yeme-içmeyle ilişkili iş kollarıyla bütünleşmeler gerçekleştirmek, farklılıklar oluşturma adına destinasyonlara katkı sağlayabilecektir.

7) Mekân idarecilerinin, henüz kuruluş aşamasında mekânların bulunduğu yerin dinamiklerine uygun şekilde davranması tavsiye olunur. Bu süreçte özellikle hitap edilmesi planlanan müşteri profiline de dikkat etmelidirler. Ulaşılması zor veya kolay mekânlar kurmak idarecilerin elindedir. İdarecilerin bu seçime göre mekânı kimlik

açısından şekillendirmeleri önerilmektedir. Bununla ilişkili olarak, şehrin genel dinamikleri hiçbir zaman için göz ardı edilmemeli ve hem yerel halkı hem de şehri ziyaret eden turistler potansiyel müşteri olarak görülmeli ve düzenlemeler ona göre yapılmalıdır.

8) Övünç kaynaklarının (fotoğraflar, başarı belgeleri, gazete kupürleri gibi) mekânların çeşitli yerlerinde sergilenmesine yönelik uygulamaların daha mütevazı ve estetik şekillerde gerçekleştirilmesi mekânlar açısından daha olumlu sonuçlar doğurabilecektir. Genel anlamda ise yeme-içme mekânları için tarafsız, işlevsel, şeffaf ve genel kabul görececek bir ulusal değerlendirme sisteminin tüm detaylar düşünülerek hayata geçirilmesi mekânlara olumlu katkıda bulunacaktır.

9) Farklı tasarlanmış ve mekâna özgü usul farklılıklarına dikkat çekebilen basılı menülerin kullanımı daha etkili olabilecektir. Yeme-içme mekânları açısından fazla abartılı olmayacak şekilde birden fazla menü sunuluş tekniğinin bir arada kullanılmasında fayda vardır. Özellikle sözlü menülerin kullanımı diğer menü sunuluşlarında ortaya çıkabilecek tüm aksaklıkları giderilmesine yardımcı nitelikte olması yönüyle iyi planlanması ve uygulanması önerilmektedir.

10) Karmaşık menülü mekânların fazla talep görmeyen, mekâna maliyet yükü getiren içerikleri menülerden çıkarması fayda sağlayabilecektir. Diğer taraftan tek yemekle özdeşleşmiş mekânlar (bu tarz mekânların özellikle menü anlamında değişimi oldukça dikkatli ele alması gerekir) dışında kalan mekânların çeşitlilik sağlaması olumlu katkılar yapabilir.

11) Yöresel, mekâna ve aşçıya özgü yemeklerin sunulmasının hem diğer destinasyonlardan hem de destinasyon içinde farklılaşma unsurları oluşturduğu söylenebilir. Ulusal yemekler ise yüksek oranda aynılaşmaya yol açabilmektedir. Ulusal yemeklerin farklılaşma oluşturabileceği tek nokta usul farklılıklarıdır. Yeme-içme mekânları ulusal yemeklere odaklanmaktan yana tercih kullanacaksa, usul anlamında farklılaşmayı mutlaka göz önüne almalıdırlar.

12) Yemek isimlerinin farklılık yaratabilecek bir değişken olduğu unutulmamalıdır. Yemek isimlerinde sunulan yemeğin özüne atıfta bulunmanın önemini göz ardı etmeden (bilindik) yaratıcı isim uygulamalarının (farklılık) dikkat çektiği söylenebilir.

13) Mekân idarecileri yöresel yemeklerin özünü (tarihsel altyapısını) zedelemeyen veya mümkün olduğu kadar az değişimle yöresel yemekleri lokantalaştırmaktan kaçınılmamalıdır. Yöresel yemeklerin yeme-içme mekânlarında sunumunun

destinasyonlar ve mekânlar için oldukça önemli bir farklılaşma ve kimlik ögesi olduğu unutulmamalıdır. Lokantalaştırma yapılırken yöresel yemeklerin özellikle lezzet anlamında değiştirilmesinden mümkün olduğu kadar uzak durulmalıdır.

14) Mekânda sunulan yemekler bağlamında tamamen farklılaşmış bir yeme-içme mekânı ortaya koymak isteyen idarecilerin tedarik aşamasına odaklanmaları, olumlu sonuçlar doğurabilecektir. Genel gıda dolaşım sisteminin oldukça baskın bir yapıya sahip olduğu küresel sistemde, tedarik aşamasında farklılaşarak başarı sağlayan yeme-içme mekânlarının bulunduğu unutulmamalıdır. Benzer şekilde küresel depolama uygulamalarına alternatif olarak yöresel saklama yöntemleri de farklılıklar yaratmada yardımcı olabilmektedir. Yörelere özgün gıdanın tazelik süresini uzatıcı yöresel yöntemler iyi planlamayla hem kültürel mirası unutulmaktan kurtarılabilir hem de yeme-içme mekânlarına özgün yemekler oluşturulmasına faydalı olabilecektir.

15) İkramlar sunulan yemeğe bütünlük katan ve müşteri memnuniyeti sağlamada yardımcı bir uygulama olarak dikkat çekmektedir. Yeme-içme mekânlarının idarecilerinin ikramların lezzetine, yemeklerle uyumuna ve sunumuna daha fazla kafa yormaları farklılıklar yaratabilecektir.

16) Bilindik yemekler, hazırlanış yönteminde gerçekleştirilecek değişiklik ve eklemelerle özgünleştirilebilir. Benzer şekilde pişirme yöntemi ve/veya araçları katılmak istenen anlama göre seçilen yöntemle değiştirilebilir, böylece usul farklılığı sağlanır ve yeniden anlamlandırılabilir. Usul farklılıkları yemeği farklılaştırmak amacıyla kullanılabilir. Ayrıca, kısıtlı sayıda da olsa mevsimsel içerikler ve mevsimsel yemeklerin destinasyonlarda oldukça değer ve talep gördüğü görülmektedir. Bu doğrultuda, yeme-içme mekânlarının idarecilerinin yöreye özgü mevsimsel yemekleri mekânlarında sunmayı detaylı olarak değerlendirmeleri önerilmektedir.

17) Kendine özgü yeme şekli olan yemekler müşterilere farklı deneyimler sunmaktadır. Yemeğe özgü yeme şekli oluşturmanın yeme-içme mekânları açısından oldukça zor bir değişken olduğu söylenebilir. Ancak başarılı uygulamaların kayda değer farklar yarattığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda sadece yeme şekli değiştirilerek bile bir yemeğin farklılaştırılabileceği unutulmamalıdır.

18) Bu çalışmada ele alınmış veya alınmamış destinasyonların tamamında yeme-içme öğelerinde özgünlüğün korunması ve/veya yeniden kazandırılması adına çalışma gruplarının kurulması, gerekli araştırma ve planlamanın yapılması turizm adına başarılı

sonuçlar doğurabilecektir. Daha önce üzerinde durulduğu gibi yeme-içme mekânları yöresel yemek kültürünün yansıtılması bağlamında oldukça önemli kaynaklardandır.

19) Birçok yeme-içme mekânının birincil önceliği kazanç sağlamaktır. Dolayısıyla yöresel yemeklerin destinasyon yönetimleri tarafından yapılacak gerekli başvurularla coğrafi işaretler bağlamında koruma altına alınması ve denetimlerinin yapılması olası suistimallerin önüne geçmekte faydalı olabilecektir.

Bu alışma genel anlamda turizm, destinasyon, yemek kültürü, gıda, küreselleşme ve yerelleşme çalışmalarına katkı sağlamayı hedeflemiştir. Ayrıca Türkiye’de bulunan yeme-içme mekânlarının işleyiş sürecinin özgün yönlerini ortaya koymaya çalışarak özgün bir kaynak oluşturmayı amaçlamıştır. Turizm çalışmalarında yerel kültür temelli çalışmalara daha çok önem verilmesi faydalı olabilecektir. Gastronomi turizmine yönelik farklı destinasyonlarda lezzet ve kullanılan araçlara yönelik detaylı envanter çalışmaları, gastronomi turizm etkinliklerinin ekonomik ve kültürel sonuçları, damak tadının değişimi, gastronomi turizminin diğer özel ilgi turizm çeşitleriyle olan ilişkileri ve bütünleşmesi, gastronomi turistlerinin yerel halkla olan etkileşimleri, insan sağlığına yönelik gastronomik bakış açıları, yemek medyasının beslenme alışkanlıkları ve yeme-içme mekânlarında sunulanlar üzerindeki baskınlığı gibi birçok disiplinlerarası çalışmaya ihtiyaç vardır.

KAYNAKÇA

- Akarçay, E. (2014). Sınıfçı farklılaşma ve sınıfçı bütünleşme biçimi olarak Eskişehir’de orta sınıfın yeme-içme örüntüleri. Yayınlanmamış Doktora Tezi, *Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Eskişehir.
- Akarçay, E. (2016). *Beslencenin Sosyolojisi: Orta sınıf(lar)ın Yeme İçme ve Eğlence Örüntüleri*. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Albayrak, A. (2014). Müşterilerin Restoran Seçimlerini Etkileyen Faktörler: İstanbul Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 25, Sayı 2, Güz: 190 - 201
- Alonso, D. A., O’Neill, M., Liu, Y. ve O’Shea, M. (2013). Factors Driving Consumer Restaurant Choice: An Exploratory Study from the Southeastern United States, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22 (5): 547-567.
- Amira F. (2009) The Role of Local Food in Maldives Tourism: A Focus on Promotion and Economic Development, *New Zealand Tourism Research Institute*.
- Arıker, Ç. (2012). Tüketicilerin Restoran Seçiminde Kullandıkları Seçim Kriterleri ile Demografik Özellikleri Arasındaki İlişki. *Öneri Dergisi*, 10 (38): 11-32
- Aslimoski, P. ve Gerasimoski, S. (2012). Food and nutrition as tourist phenomenon. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 357-362.
- Auty, S. (1992). Consumer Choice and Segmentation in the Restaurant Industry. *The Service Industries Journal*, 12 (3): 324-339.
- Bauman, Z. (2010). *Küreselleşmenin Toplumsal Sonuçları*, Çev. A. Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- Bell, C., ve Neill, L. (2014). A vernacular food tradition and national identity in new zealand. *Food, Culture and Society*, 17 (1), 49-64.
- Bell, D. ve Valentine, G., (1997), *Consuming Geographies: You Are Where You Eat*, London: Routledge.
- Cohen, E (2000). *Cultural Fusion. Values and Heritage Conservation*. (Ed: Avrami, E. C, Mason, R. ve De la Torre, M). Research report. 43-50.
- Cohen, E. ve Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755–778.
- Creswell, J. W. (2013). *Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları Araştırma Deseni*. (Çev. Ed. Demir, S. B.). Ankara: Eğiten Kitap.
- Crowley, K. (1998). ‘Glocalisation’ and ecological modernity: Challenges for local environmental governance in Australia. *Local Environment*, 3:1, 91-97

- Denizer, D. (2008). Türk turizminin gelişmesinde Türk mutfağının önemi ve bugün için yapılması gerekenler. *III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, Balıkesir.
- Doğdubay, M. ve Giritlioğlu, İ. (2008). Mutfak Turizmi. (Ed. C. Avcıkurt ve N. Hacıoğlu) *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (İçinde) (s.433–456). Ankara: Nobel Yayın
- Emiroğlu, K. ve Aydın, S. (2003). *Antropoloji sözlüğü*. Ankara: Bilim ve sanat yayınları.
- Erdem, B., Doğdubay, M., ve Sarıoğlu, M. (2012). The relationship between product innovation and fusion cuisine in food and beverage establishments: A discussion on Turkish cuisine. *Hospitality and Tourism*, 213-218.
- Erik, C. ve Nir, A. (2004). Food in Tourism: Attraction and Impediment, *Annals of Tourism Research*, 31 (4): 755–778
- Evren, S. ve Kozak, N. (2012). Eskişehir'in Çekici Faktörlerinin Günübirlik Ziyaretçilerin Bakış Açılıyla Değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 23, Sayı 2, Güz: 220 – 232.
- Fields, K. (2003). Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors. *Tourism and Gastronomy* (içinde) (sy. 50-64). Routledge.
- Fox, R. (2007). Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destinations. *Hospitality Management*. 26 (2007) 546–559
- Giddens, A. (1998). *Modernliğin Sonuçları*. E. Kuşdil (Çev). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Goody, J. (1987). *Cooking, Cuisine and Class: A Study in Comparative Sociology*. NY: Cambridge University Press
- Goody, J. (2013). *Yemek, Mutfak, Sınıf: Karşılaştırmalı Sosyoloji Çalışması* (Çev: Müge Günay Güran). İstanbul: Pinhan Yayıncılık
- Goto, K., Ominami, C., Song, C., Murayama, N. ve Wolff, C. (2014). Globalization, localization and food culture: perceived roles of social and cultural capitals in healthy child feeding practices in Japan. *Global Health Promotion*. 21(1): 50– 58
- Grefe, C. (1994). *Hamburger Çağı*, (Çev. Ogün Duman), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Hall, S. (1992). The Rest and the West: Discourse and Powers S. Hall and B. Gieben (ed.) *Formations of Modernity* (içinde). Oxford: Polity Press
- Hall, C. M. (2000). *Tourism Planning: Policies, Processes, Relationships*. U.K.: Prentice Hall.

- Hall, C. M., ve Mitchell, R. D. (2000). We are what we eat: tourism, culture and the globalisation and localisation of cuisine. *Tourism Culture and Communication*, 2(1), 29-37.
- Hall, C. M. ve Mitchell, R. (2001). *Wine and food tourism. Special Interest Tourism: Context and Cases* içinde (Douglas, N., Douglas, N. and Derrett, R., eds), pp. 307 329, Wiley.
- Hall, C. M. ve Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. Hall, M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. ve Cambourne, B., (Ed.), *Food Tourism Around The World* içinde (ss. 1-25). London: Butterworth Heinemann. 1. Baskı.
- Hall, C. M., ve Mitchell, R. (2002). Tourism as a force for gastronomic globalization and localization. In A. M. Hjalager & G. Richards (Eds.), *Tourism and Gastronomy* içinde (pp. 71-90). London: Routledge.
- Hall, C. M, Mitchell, R. ve Sharples, L. (2003). *Consuming places: the role of food, wine and tourism in regional development*, (Ed. C. Michael Hall, Liz Sharples, Richard Mitchell, Niki Macionisand), Food tourism around the world: development, management and markets içinde. Butterworth-Heinemann: Elsevier.
- Harrington, R. J. ve Ottenbacher, M. C. (2010) Culinary Tourism-A Case Study of the Gastronomic Capital. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8:1, 14-32,
- Harrington, R. J., Ottenbacher, M. C. ve Kendall, K. W. (2011). Fine-Dining Restaurant Selection: Direct and Moderating Effects of Customer Attributes. *Journal of Foodservice Business Research*, 14 (3): 272–289.
- Hassi, A. ve Storti, G. (2012) *Globalization and Culture: The Three H Scenarios* (Globalization - Approaches to Diversity içinde ed.Hector Cuadra-Montiel)
- Henderson, J.C. (2004), Food as a tourism resource: a view from Singapore. *Tourism Recreation Research*, Vol. 29 No. 3, pp. 69-74.
- Hjalager, A.M. ve Corigliano, M.A. (2000). Food for tourists: determinants of an image. *International Journal of Tourism Research*, Vol. 2 No. 4, pp. 281-93
- Hjalager, A. M., ve Richards, G. (2002). Still undigested: research issues in tourism and gastronomy. *Tourism and gastronomy* içinde, 224.
- Hjalager, A. M. (2004). *What do tourists eat and why? Towards a sociology of gastronomy and tourism*. *Tourism (Zagreb)*, 52(2), 195-201.

- Huntington, P. S. (1998). *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*. London & New York : Touchstone.
- İçli, G. (2001). Küreselleşme ve Kültür. *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*. 25 (2) 163-172
- Kara, A., Kaynak, E., ve Küçükemiroğlu, O. (1997). Marketing Strategies For Fast Food Restaurants: A Customer View. *British Food Journal*. 99 (9): 318–324.
- Kara, Ç. (2013). *Türkiye’de Mutfak ve Yeme İçme Kültürü*. (Türkiye’nin Kültürel Mirası-II, ders kitabı içinde (ed. Canan Parla)), Eskişehir: Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, s. 210-242.
- Karaosmanoglu, N. D. (2009). Eating the past: Multiple spaces, multiple times-performing Ottomanness' in Istanbul. *International journal of cultural studies*, 12(4), 339-358.
- Karim, A. S. ve Chi, C. G. Q. (2010). Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations Food Image. *Journal Of Hospitality Marketing & Management*, 19 (6): 531-555.
- Kim, H. K., Lee, T. J., ve Yoon, S. H. (2012). Factors Affecting Consumer's Choice of Ethnic Restaurants. *Tourism Analysis*. 17(3), 377-383.
- Kim, Y. G., Eves, A. ve Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management*. 2 423–431.
- Kim, Y. G. ve Eves, A. (2012). Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism Management*, 33(6), 1458-1467.
- Kivela, J. (1997). Restaurant Marketing: Selection and Segmentation in Hong Kong, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9 (3): 116–123.
- Kivela, J., ve Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy’s influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354–377.
- Korkmaz, E. (2010). Geçmişten Günümüze Restoranlar: Türkiye’de Restorancılığın Gelişimi. *V. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongre Kitapçığı*: 120-130
- Kottak, C. P. (2002). *Antropoloji; İnsan çeşitliliğine bir bakış*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Lane, C. (2011). Culinary culture and globalization. An analysis of British and German Michelin-starred restaurants. *The British Journal of Sociology*. 62 Issue 4

- Lehrer, A. (1972). Cooking Vocabularies and the Culinary Triangle of Lévi-Strauss. *Anthropological Linguistics*, Vol. 14, No. 5 (May, 1972), pp. 155-171
- Lewis, R.C. (1981). Restaurant Advertising: Appeals and Consumers' Intentions. *Journal of Advertising Research*, 21 (5): 69-74
- Long, L. M. (1998). Culinary Tourism: A Folkloristic Perspective on Eating and Otherness. *Southern Folklore*, 55(3), 181-204.
- Long, L. M. (2004). *Culinary tourism*. Lexington, KY: The University Press of Kentucky.
- Long, L. M. (2013). Culinary tourism. *Encyclopedia of food and agricultural ethics* (içinde) (sy. 1-8). Hollanda: Springer.
- Mak, A. H. N., Lumbers, M. ve Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of tourism research*, 39(1), 171-196.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü* (çev. Derya Kömürcü, Osman Akınhay) Ankara,: Bilim ve Sanat Yayınları.
- McIntosh, R., Goeldner, C. ve Ritchie, J., (1995). *Tourism principles, practices, philosophies*. New York: Wiley,
- McKercher, B., Okumus, F., ve Okumus, B. (2008). Food tourism as a viable market segment: It's all how you cook the numbers!. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), 137-148.
- McMillan, J. S., ve Schumacher, J. S. (2006). *Research in education: A conceptual introduction*. Massachusetts: Allyn & Bacon.
- Mennell, S. (1985). *All Manners of Food. Eating and taste in England and France from middle ages to the present*: Oxford: Basil Blackwell.
- Mil, B. (2009). Yemek Pişirmede Gastronomiye Uzanan Bakış Açısıyla Küreselleşen Yemek. 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler*, Antalya.
- Molz, G. J. (2007). Eating difference: The cosmopolitan mobilities of culinary tourism. *Space and culture*, 10(1), 77-93.
- Nahya Z. N. (2012). Melez Yemekler. *Metro Gastro*. Nisan-Mayıs-Haziran 74-79
- Neild, K., Kozak, M. ve LeGrys, G. (2000). The role of food service in tourist satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*. 19 (2) 375-84.
- Nygård, B. ve Storstad, O. (1998). De-globalization of Food Markets? Consumer Perceptions of Safe Food: The Case of Norway. *European Society for Rural Sociology*. 38 (1). 35-53

- Orkun N. D. (2009). Küreselleşmenin Değiştirdiği Yemek Kültürü: İstanbul Beyoğlu: 2002-2009. Yayınlanmamış Doktora Tezi. *İstanbul Marmara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
- Özdemir, B. (2010). Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 21 (2). 218-232.
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*. M. Bütün ve S. B. Demir (Çev. Ed.). Ankara: Pegem Akademi.
- Petrini, C., ve Padovani, G. (2006). *Slow food revolution: A new culture for dining & living*. NY: Rizzoli Intl Pubns.
- Petrini, C. (2007a). *Slow Food (The architect, the cook and good taste içinde ed. Hodgson P.H. ve Toyka, R.)*. Basel, Boston, Berlin: Birkhäuser Verlag AG. 138-140.
- Petrini, C. (2007b). *Slow Food Nation: Why Our Food Should Be Good, Clean, and Fair*. NY: Rizzoli Intl Pubns.
- Phillips, L. (2006). Food and Globalization. *Annual Review of Anthropology*. 35:37–57
- Pitte, J.R. (2002). French Gastronomy faced with globalization (Çev: Jennifer J. Moody). *Phi Kappa Phi Forum*. 82 (3) 34-39.
- Pratt, J. (2007). Food Values: The Local and the Authentic. *Critique of Anthropology* 27(3). 285-300
- Quan, S. and Wang, N. (2004), “Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism”, *Tourism Management*, Vol. 25, pp. 297-305.
- Raab, C., Mayer, K. ve Shoemaker, S. (2009). Price-Sensitivity Measurement: A Tool for Restaurant Menu Pricing. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33 (1): 93-105.
- Remington, M. ve Yuksel, A. (1998), Tourist satisfaction and food service experience: results of an empirical investigation. *Anatolia*, 9 (1) 37-57.
- Ravenscroft, N., & Van Westering, J. (2002). Gastronomy and intellectual property. *Tourism and Gastronomy (içinde)*. 132-153.
- Ritzer, G. (1998). *Toplumun McDonaldlaştırılması: Çağdaş Toplum Yaşamının Değişen Karakteri Üzerine Bir İnceleme*. Ş. S. Kaya (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ritzer, G. (2003) Globalization of Nothing. *SAIS Review*, 23, No.2, pp. 189 – 200.

- Ritzer, G. (2011). *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek: Tüketim Araçlarının Devrimcileştirilmesi*. Ş. S. Kaya (Çev.). 2. Baskı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Robertson, R. (1995). Glocalization: Time - Space and Homogeniety – Heterogeniety. *Global Modernities*, ed by. Mike Featherstone, Scott Lash and Roland Robertson, Sage Publications, pp. 26 -27.
- Robertson, R. (1999). *Küreselleşme: Toplum Kuramı ve Küresel Kültür*, (Çev. Ümit Hüsrev Yolsal). Ankara: Bilim ve Sanat,
- Rowe, M. (2010). Keep It Casual. *Restaurant Hospitality*, 94 (3): 24–30
- Said, E. (1995). *Oryantalizm* (Çev. Nezih Uzel). İstanbul; İrfan Yay.
- Salazar, N.B. (2010). *The glocalisation of heritage through tourism*. (Heritage and Globalisation içinde ed. Sophia Labadi, Colin Long). New York: Routledge. 130-146
- Samancı, Ö. (2012). Food Studies In Ottoman-Turkish Historiography. *Writing Food History: A Global Perspective*, ed. K.W. Claflin, P. Scholliers, Berg, 107-120.
- Sarioğlu, M. (2014). Fusion cuisine education and its relation with molecular gastronomy education (comparative course content analysis). *International journal of new trends in education and their implications*, 5(3), 64-70.
- Scarpato, R. (2002). Sustainable Gastronomy as a Tourist Products. (İçinde) Hjalager ve G. Richards, G. (Edt.), *Tourism and Gastronomy*. London-New York: Routledge.
- Scholliers, P. (2008). *Yenilik ve Gelenek Gastronominin Önündeki Yeni Ufuk* (Yemek Damak Tadının Tarihi içinde edt. Paul Freedman)
- Shenoy, S. S. (2015). Food Tourism and The Culinary Tourist (Yayınlanmamış Doktora Tezi). *Clemson University; Parks, Recreation, and Tourism Management Department*.
- Sims, R. (2009) Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17 (3), 321-336
- Spang, R. L. (2007). *Restoranın İcadı Paris ve Modern Gastronomi Kültürü* (Çev. Bahadır Sina Şener). Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.
- Taylan, A. (2008). Çok uluslu Fast-Food Restoranlarının “Ramazan Menüleri” Örneğinde Küresel-Yerel Kültür Etkileşimi. *Kültür ve İletişim*. 11(1) 73-109.
- Tez, Z. (2012). *Lezzetin Tarihi: Geçmişten bugüne yiyecek, içecek ve keyif vericiler*. İstanbul: Hayykitap.

- Oxford Dictionary of New Words. (1991). (ed. Sara Tulloch) Oxford: Oxford University Press.
- Özdemir, B. (2010). Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi. *Anatolia: Turizm Arastirmalari Dergisi*, 21(2).
- Tokuz, G. (2002). *Gaziantep ve Kilis Mutfak Kültürü*, Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Basımevi
- Tomlinson, J. (1999). *Globalization and Culture*, Cambridge: Polity Press.
- Tomlinson, J. (2013). *Küreselleşme ve Kültür*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Urry, J. (2007). *Mobilities*. Cambridge: Polity Press.
- Van Den Berghe, P. (1984). Ethnic cuisine: culture in nature. *Ethnic & Racial Studies*. Vol. 7 Issue 3. 387-397.
- Vandevijvere S., Lachat C., Kolsteren P. ve Van Oyen H. (2009) Eating out of home in Belgium: current situation and policy implications. *British Journal of Nutrition* (2009), 102, 921–928
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370.
- Warde, A. (1997). *Consumption, food and taste* (1. Baskı). London: Sage.
- Warde, A. ve Martens, L. (2000). *Eating Out: Social Differentiation, Consumption and Pleasure*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wolf, E. (2006). *Culinary tourism: The hidden harvest: A dozen hot and fresh reasons how culinary tourism creates economic and community development*. Dubuque, IA: Kendall/Hunt Publishing Company
- Wootan, M. ve Osborn, M. (2006). Availability of Nutrition Information from Chain Restaurants in the United States. *American Journal of Preventative Medicine*, 30 (3). 266–268.
- Yenal, Z. N. (1996). Bir araştırma alanı olarak yeme-içme tarihi ve sosyolojisi. *Toplum ve Bilim*. Sayı 71, Kış, 195-227.
- Yıldız, E. (2010). Restoran İşletmelerine Giriş. *Profesyonel Restoran Yönetimi: İlkeler, Uygulamalar ve Örnek Olaylar* (içinde). 19-36. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yurtseven, R. (2006). *Slow Food ve Gökçeada; Yönetmel Bir Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yüksel, A ve Yüksel, F (2002). Measurement of tourist satisfaction with restaurant service; a segment base approach. *Journal of vacation marketing*. 9 (1), 52-68

- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018) <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-201120/konaklama-istatistikleri.html> Erişim Tarihi; 12.11.2018
- TÜRSAB, (2014). *Gastronomi Turizmi Raporu*. (Erişim Tarihi: 07.03.2016)
http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf
- Türk Dil Kurumu (2016). *Güncel Türkçe Sözlük*.
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&view=gts
- T.C. Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkr İstatistikleri Bülteni (2014).
http://esnaf.gtb.gov.tr/data/52f1e681487c8e1878ecceee/Ocak_2014.pdf Erişim Tarihi; 09.10.2018



EKLER

Ek 1; Görüşme Soruları

Açıklama

Alan çalışmasının ilk aşamasında, yeme-içme mekânlarındaki ulusal, yöresel ve mekâna özgü yemekler katılımsız gözlemlerle, saptanacak ve mümkünse ön görüşmeler yapılarak asıl görüşmede aracılık etmesi beklentisiyle kılavuz kişiler belirlenecektir. Sonraki aşamada, dışarıdan bakış açısıyla etiketlenmiş bu bilgilerin kılavuz kişiler açısından, içeriden bir bakışla, ifade ettikleri anlam ortaya konacaktır.

Bu amaçla, yapılacak derinlemesine görüşmeleri bir çerçeveye oturtmak üzere, açık uçlu sorulardan oluşan bir görüşme kılavuzu hazırlanmıştır. Kılavuz soru formunda ana ve alt sorular yer almaktadır. Belirlenen alt sorular, ana soruda yeterli bilginin alınmaması ya da görüşmeye derinlik kazandırma amacıyla hazırlanmıştır.

Görüşme soruları kimlik bilgileri (kişisel bilgi, işletme kimliği ve yemek kimliği) ve yiyeceğin dönüştürülmesiyle ilgili altı aşamadan oluşmaktadır.

Kişisel Bilgiler

Kılavuz kişiye yönelik kişisel bilgiler görüşme izin formunda yazılı olarak alınacaktır. (Görevi, yaşı, eğitim durumu, nereli olduğu, kaç yıldır mevcut işletmede çalıştığı)

İşletme Kimliği

1. İşletmenizin tarihçesini anlatır mısınız?
 - 1.a. İşletmenizin kurulduğu günden günümüze geçirdiği değişimler nelerdir? Gelişimi nasıl?
2. İşletmenizi nasıl bir mekân olarak tanımlıyorsunuz?
 - 2.a. Müşterileriniz kimler?
 - 2.b. Günlük ortalama kaç müşteriye hizmet veriyorsunuz? (Öğlen ve Akşam yemeği ayrı ayrı)
 - 2.c. Bir müşteri ortalama olarak ne kadar öder?

Yemek Kimliği

3. Menüünüzde yöresel olarak nitelendiğiniz (bu bölgeye özgü) yemekler neler?
 - 3.a. Neden yöreseller.
 - 3.b. Yemeğin kökeni hakkında neler biliyorsunuz?
4. Menüünüzde geleneksel Türk mutfağına özgü (tüm Türkiye’de görünür) olarak nitelendiğiniz yemekler neler.
 - 4.a. Bu yemeklerin işletmenize özgü yönleri nelerdir?
5. Menüünüzde işletmenize özgü yemekler neler.
 - 5.a. Neden bu ismi verdiniz?
 - 5.b. İşletmeniz için bir anlamı nedir?

Üretim ve Satın Alma

6. Tedarikçilerinizi nasıl belirliyorsunuz?
 - 6.a. Kimlerden ürün alıyorsunuz
 - 6.b. Tedarikçileriniz sürekli aynı işletmeler veya kişiler mi?
 - 6.c. Uluslararası bir firmanın restoranlar için sağladığı çözümleri kullanıyor musunuz? (Unilever, Nestlé, Metro)
7. Kullandığınız ürünlerin nerede ve nasıl üretildiğini biliyor musunuz?
 - 7.a. Kullandığınız ürünlerde tercih ettiğiniz bir üretim yönleri neler? Neden?
 - 7.b. Kullandığınız ürünlerin üretilmesini tercih ettiğiniz yerler/bölgeler nereler?? Neden?
8. yemeği/yemekleri için kullandığınız malzemeler ayrı bir özellik taşıyor mu? Bu özellikler neler?
9. Mevsime uygun malzeme (mevsime göre yemek seçme) kullanımını tercih ediyor musunuz?

Depolama

10. Aldığınız malzemeleri ne şekilde depoluyorsunuz?
 - 10.a. Aldığınız ürünlerin tazeliğini korumak için herhangi bir yöntem kullanıyor musunuz? (geleneksel depolama teknikleri var mı? Salamura, kurutma vb)
 - 10.b. Depolama yaparken dondurma, konserveleme gibi tazelik ömrünü uzatan teknolojilerden faydalıyor musunuz?
 - 11.c. Depolama tekniklerinin yemeklerin lezzetini ve kalitesini etkilediğini düşünüyor musunuz?

Ön hazırlık

11. Menünüzde yer alacak ürünleri nasıl belirliyorsunuz?
 - 11.a. Bu yemekleri belirlerken yöresellik arıyor musunuz?
 - 11.b. Bu yemekleri belirlerken maliyet ne kadar önemli?
 - 11.c. Bu yemekleri belirlerken malzemelere ulaşılabilirlik sorunu yaşıyor musunuz?
12. Masalara misafirler oturmadan veya oturduktan sonra sunduğunuz ön ikramlar var mı? Varsa neler?
 - 12.a. Bu ikramlar yemeğe göre değişir mi?
13. yemeği için kullandığınız ekipmanlar neler?
 - 13.a. Bu ekipmanları kullanmanızın özel bir nedeni var mı?

Pişirme (ulusallaşmış ve yerel yemekler ayrı ayrı incelenecek)

14. yemeğinin malzemeleri neler?
 - 14.a yemeği için hangi baharatları kullanıyorsunuz?

15. yemeği için hangi pişirme tekniğini/tekniklerini uyguluyorsunuz?
16. yemeğinin tadı nasıl olmalıdır?
17. yemeğinin kıvamı nasıl olmalıdır?
18. yemeğinin görüntüsü nasıl olmalıdır? (rengi gibi)
19. yemeğinin kokusu nasıl olmalıdır?
20. yemeğinin sesi nasıl olmalıdır?

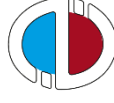
Tüketim (ulusallaşmış ve yerel yemekler ayrı ayrı incelenecek)

21. yemeğine özgü bir yeme şekli var mı? (Nasıl yenir)
 - 20.a. Müşterileriniz bu önerilere uyuyor mu?
22. yemeği yenirken kullandığınız özel ekipmanlar var mı?
23. yemeği için özel bir servis şekli var mı?
 - 22.a. Müşterilerinizin bu servis şekline verdiği tepkiler var mı?
24. yemeğinden önce, sonra veya birlikte yenilmesi için herhangi bir başka yiyecek veya içecek öneriyor musunuz?

Atıklardan Kurtulma

25. Yemek atıkları için herhangi bir değerlendirme yönteminiz var mı?

Ek 2; Görüşme İzin Formu



Anadolu Üniversitesi 1604E148'nolu Bilimsel Araştırma Projesi Görüşme İzin Formu

Kaç yıldır mevcut işletmede çalışıyorsunuz:	
Doğum tarihi ve yeri:	
Eğitim Durumu:	Yaptığı iş/mesleği:

...../...../..... tarihinde benimle yapılan görüşmenin; ses kaydı içeriğinin ve görsel malzemenin Anadolu Üniversitesi 1604E148'nolu bilimsel araştırma projesi kapsamında ve araştırmacılar tarafından çeşitli bilimsel araştırmalarda sadece bilimsel amaçla değerlendirilmesine izin veriyorum.

Belirtilmek istenen özel hususlar:

- a-
- b-
- c-

Görüşme Sıra No:		Görüşme Tarihi:	
Görüşme Yeri:		Görüşme Süresi:	

İzin veren kişinin
Adı Soyadı

Görüşmeyi yapan kişinin
Adı Soyadı

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Mustafa KESİCİ
Yabancı Dil : İngilizce
Doğum Yeri ve Yılı : Diyarbakır/1982
E-Posta : mkesici@klu.edu.tr

Eğitim ve Mesleki Geçmişi:

- Doktora: 2018, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Yüksek Lisans: 2014, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı,
- Lisans, 2006, Mersin Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Konaklama İşletmeciliği Bölümü.
- Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, 2018- , (Arş. Gör)
- Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Meslek Yüksek Okulu, Aşçılık Bölümü, 2013-2018, (Arş. Gör)
- Anadolu Üniversitesi; Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, 2011-2013, (Arş. Gör)
- Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, 2010-2011, (Arş. Gör)
- Hilton Los Angeles LAX, Yiyecek İçecek Departmanı 2007-2009, (Restoran Müdürü),

Yayınlar

Uğurlu K., Kesici, M. ve Kodaş, D. (2011). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Açısından Yeni Destinasyonların Seçimi ve Uygulanabilecek Pazarlama Stratejileri: Kırklareli İli Demirköy İlçesi Örneği. *I. Uluslararası Turizm ve Otelcilik Sempozyumu*. Konya.

- Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 33-37.
- Kesici, M. (2012). Mutfakta Yaratıcılık; Eskişehir Usta Aşçıları Üzerine Bir Araştırma. VI. *Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Bildiri Kitabı içinde*, (12-15 Nisan), Kemer, Antalya.
- Metin, T.C, Kesici, M. ve Kodaş, D. (2013). Rekreasyon Olgusuna Akademisyenlerin Yaklaşımları (Approaches of Academician to the Recreation Phenomenon). *Journal of Yasar University*, 8(30). 5021-5048.
- Kesici, M. ve Güler, S. (2015). Aşçıların Mesleki Özerklikleri İle Yaratıcılık Süreci İlişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 16 (1), 23-45.