

T.C.
İSTANBUL NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI (TEZLİ)
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

İSTANBUL'UN KÜLTÜREL KİMLİĞİNİN SOKAK LEZZETLERİ
ÜZERİNDEN OKUNMASI

Eyüp Utku AKÇAY

Yüksek Lisans Tezi

İSTANBUL'UN KÜLTÜREL KİMLİĞİNİN SOKAK LEZZETLERİ ÜZERİNDEN OKUNMASI

Eyüp Utku AKÇAY

T.C.
İstanbul Nişantaşı Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Tezli) Yüksek Lisans Programı

Yüksek Lisans Tezi

ORCID ID: 0009-0007-6176-3158

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Emine Nurcan YALMAN

İstanbul
Şubat 2024

KABUL VE ONAY

Eyüp Utku AKÇAY tarafından hazırlanan “İstanbul’un Kültürel Kimliğinin Sokak Lezzetleri Üzerinden Okunması” başlıklı bu çalışma, 06 Şubat 2024 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyesi: **Dr. Öğr. Üyesi Gamze ŞANLI AK** _____
İstanbul Nişantaşı Üniversitesi

Jüri Üyesi: **Dr. Öğr. Üyesi Elif Zeynep ÖZER** _____
Kastamonu Üniversitesi

Tez Danışmanı: **Dr. Öğr. Üyesi Emine Nurcan YALMAN** _____
İstanbul Nişantaşı Üniversitesi

Jüri tarafından kabul edilen bu çalışmanın Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Enstitü Yönetim Kurulu;

Karar Tarihi :

Karar Numarası :

Dr. Öğr. Üyesi Şerafettin SEVGİLİ
Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

06 Şubat 2024

Eyüp Utku AKÇAY

SAVUNMA ÖNCESİ ONAYLAR

BENZERLİK ONAYI		
Başlık	İstanbul'un Kültürel Kimliğinin Sokak Lezzetleri Üzerinden Okunması	
Savunma Tarihi	06.02.2024	
Sayfa Sayısı	123	
Benzerlik Yüzdesi (%)		
Benzerlik Yüzdesi (%) (Kaynakça Hariç)	%5	
Taranan Program	Turnitin	
Yukarıda başlığı/konusu gösterilen tez çalışmamın kapak sayfası, giriş, özet, ana bölümler ve sonuç kısımlarından oluşan çalışmam için şahsım ve tez danışmanım/Enstitü Sorumlusu tarafından intihal tespit programında taraması yapılmıştır. Tez Danışmanımın gözetiminde tamamladığım çalışmamın azami benzerlik oranlarına göre intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.		
Öğrenci Eyüp Utku AKÇAY	Danışman Dr. Öğr. Üyesi Emine Nurcan YALMAN	Enstitü Sorumlusu

ETİK KURUL ONAYI		
Başlık	İstanbul'un Kültürel Kimliğinin Sokak Lezzetleri Üzerinden Okunması	
Etik Kurul Toplantı Tarihi	24.07.2023	
Etik Kurul Karar No	2023/30	
	Enstitü Sekreteri	

TEZDEN ÇIKARILAN YAYIN		
Yayın Künyesi	Akçay, E. U. (2023). İstanbul sokak lezzetleri ve şehre kültürel açıdan yansımaları. Başkent 4. Uluslararası Multidisipliner Bilimsel Çalışmalar Kongresi (İZDAS).	
Yayın Türü	☐ Ulusal Hakemli Dergide Makale ☐ Uluslararası Hakemli Dergide Makale ☐ Ulusal Kongre/Sempozyumda Bildiri ☒ Uluslararası Kongre Sempozyumda Bildiri	
	Enstitü Sekreteri	

TEŞEKKÜR

Bu tezin yazılması aşamasında, çalışmamı titizlikle takip eden danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Emine Nurcan YALMAN'a değerli katkı ve emekleri için içten teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım. Tez süresi boyunca yanımda olan ve yardımlarını esirgemeyen tüm hocalarıma ve arkadaşlarıma teşekkürlerimi borç bilirim. Tez boyunca daima yanımda olan arkadaşlarım Eda ARSLANER ve Anıl ENGİN'e teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak bu çalışmada bana sonsuz desteklerini veren canım annem ve babama şükranlarımı sunarım.

Eyüp Utku AKÇAY

Şubat, 2024



ÖZET

Eyüp Utku AKÇAY

İstanbul'un Kültürel Kimliğinin Sokak Lezzetleri Üzerinden Okunması

Yüksek Lisans Tezi

İstanbul, 2024

Sokak lezzetleri tüm dünyada çekiciliği ile popüler olmuş ve tarihi çok eskilere kadar dayanan bir olgudur. Ülkelerin mutfak kültürlerinin kendilerine özgü olmasının yanında sokak lezzetleri yönünden de farklılıklar bulunmaktadır. Yemeklerde kullanılan malzemeler, pişirme teknikleri, iklim koşulları, ürünlerin çeşitliliği, geleneksel kültürler, demografik özellikler ve alışkanlıklar mutfak kültürünü etkileyen faktörlerden bazılarıdır. Sokak lezzetleri de bu farklılıklar sayesinde her ülkede o bölgeye özgü bir kültür olarak doğmaktadır. Bu sayede toplumlarda sokak lezzetlerinin ortaya çıkmasıyla birlikte bu lezzetlerin bölgelerin kültürel kimliğini yansıtabildiği görülmektedir. İstanbul, sokak lezzetleri barındırma bakımından dünyada oldukça önemli bir yerde olmaktadır. İstanbul, her yıl dünya çapında turist ziyareti yapılan bir şehir olmasıyla birlikte tarihiyle, mimari yapılarıyla ve kültürel öğeleriyle önde gelmektedir. Bu araştırmada, sokak lezzetlerinin İstanbul'un kültürel kimliğinin üzerindeki etkilerini belirlemek ve bu kültür içerisinde yer alan sokak lezzetleri satıcı veya üreticilerinin görüşlerinin ortaya konulması amaçlanmaktadır.

Araştırmaya İstanbul'un kültürel açıdan tarihi bölgeleriyle ve sokak lezzetleriyle anılan Fatih, Beyoğlu, Eminönü ve Beşiktaş semtlerinde sokak lezzeti satıcı veya üreticisi olan 17 kişi katılmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi ile incelenmiştir. Sokak lezzetlerinin şehrin kültürüne etkisinde gelenekselliğin ön planda olup bölgelerin konumlarının kültürel etkileri farklılaştırdığı tespit edilmiştir.

Yapılan görüşmeler ve elde edilen bulgular ışığında konuya dahil olan sokak lezzeti satıcıları, üreticileri, tüketiciler ve gelecekte bu konuya benzer çalışmalar ortaya koyacak araştırmacılara önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler

Sokak lezzetleri, yemek, İstanbul, gastronomi, kültür

ABSTRACT

Eyüp Utku AKÇAY

Reading The Cultural Identity of Istanbul Through Street Tastes

Master's Thesis

İstanbul, 2024

Street delicacies have become popular all over the world with their attractiveness and are a phenomenon that dates back to ancient times. In addition to the unique culinary cultures of countries, there are also differences in terms of street delicacies. Ingredients used in meals, cooking techniques, climatic conditions, diversity of products, traditional cultures, demographic characteristics and habits are some of the factors that affect culinary culture. Thanks to these differences, street flavors emerge as a culture specific to that region in each country. In this way, with the emergence of street flavors in societies, it is seen that these flavors can reflect the cultural identity of the regions. Istanbul is in a very important place in the world in terms of hosting street delicacies. Istanbul is a city visited by world-wide tourists every year, and it stands out with its history, architectural structures and cultural elements. This research aims to determine the effects of street delicacies on the cultural identity of Istanbul and to reveal the opinions of street delicacies sellers or producers within this culture.

17 people who are street food vendors or producers in the Fatih, Beyoğlu, Eminönü and Beşiktaş districts of Istanbul, which are known for their culturally historical regions and street tastes, participated in the research. The data obtained was examined with content analysis. It has been determined that traditionalism is at the forefront in the effect of street flavors on the city's culture, and the locations of the regions differentiate the cultural effects.

In the light of the interviews and the findings obtained, suggestions were made to street food vendors, producers, consumers and researchers who will conduct similar studies in the future.

Keywords

Street flavors, food, Istanbul, gastronomy, culture

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
ETİK BEYAN	ii
SAVUNMA ÖNCESİ ONAYLAR.....	iii
TEŞEKKÜR.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	ix
KISALTMALAR DİZİNİ	x
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM: GASTRONOMİ VE SOKAK LEZZETLERİ: KAVRAMSAL ÇERÇEVE	7
1.1. Gastronomi Kavramı	7
1.2. Gastronominin Zaman-Dizinsel Gelişimi	8
1.2.1. Tarih Öncesi Devirler.....	8
1.2.2. Tarihi Devirler.....	20
1.2.3. Türkiye’de Gastronomi ve Mutfak Tarihinin Kısa Tarihi	23
1.3. Gastronomi Turizmi ve Sokak Lezzetleri.....	24
1.3.1. Türkiye’de Gastronomi Turizmi ve Sokak Lezzetlerinin İlişkisi	26
1.3.2. Dünya’da Gastronomi Turizmi	26
1.3.3. Gastronomi Turizminin Olumlu ve Olumsuz Tarafları.....	27
1.3.4. Gastro Turist Kavramı	29
İKİNCİ BÖLÜM: SOKAK LEZZETLERİ	30
2.1. Sokak Lezzetlerinin Tanımı.....	30
2.2. Sokak Lezzetlerinin Tarihçesi	30
2.3. Sokak Lezzetlerinin Genel Özellikleri	32
2.4. Sokak Lezzetleri Alanında Etkinlikler	33
2.5. Sokak Lezzetleri ve Kültür İlişkisi	34
2.6. Sokak Lezzetlerinin Dünyadaki Önemi	35
2.7. Sokak Lezzetlerinin Ülkemizdeki Durumu	38
2.8. Sokak Lezzetlerinin Gelişimi ve Gelişimindeki Sebepler.....	38
2.9. Sokak Lezzetlerinin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkileri	40

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: İSTANBUL'DA SOKAK LEZZETLERİ VE ŞEHRİN KÜLTÜRÜNE YANSIMALARI	42
3.1. İstanbul'daki Başlıca Sokak Lezzetleri	42
3.1.1. Yiyecekler	43
3.1.2. İçecekler	48
3.1.3. Tatlılar	49
3.2. İstanbul Sokak Lezzetleri Çeşitleri	51
3.3. İstanbul Sokak Lezzetlerinin Güncel Durumu ve Gelişimi	52
3.4. İstanbul'da Sokak Lezzetleri Satıcıları ve Kullandıkları Ekipmanlar	53
3.5. İstanbul Sokak Lezzetlerinde Hijyen ve Sanitasyon	56
3.6. İstanbul Sokak Lezzetlerinin Boyutları	58
3.6.1. Ekonomik Boyutu	58
3.6.2. İletişim Boyutu	59
3.6.3. Sağlık Boyutu	60
3.6.4 Kültürel Boyutu	61
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	63
4.1. Araştırmanın Kapsamı	63
4.2. Araştırmanın Soruları	63
4.3. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları	63
4.4. Araştırma Verilerinin Toplanması ve Analizi	64
4.5. Araştırmanın Deseni	65
4.6. Araştırmanın Örneklemi	65
4.7. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği	66
BEŞİNCİ BÖLÜM: İSTANBUL SOKAK LEZZETLERİ ÜZERİNE SAHA ÇALIŞMASI BULGULARI	68
ALTINCI BÖLÜM: SONUÇ VE ÖNERİLER	95
KAYNAKLAR	100
EK 1. YARI-YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME FORMU	111

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Gastronomi Turizminin Gelişmişlik Göstergeleri-Dörtlü Hiyerarşi	28
Tablo 2. Dünyada Sokak Lezzetlerinin En İyi On Şehri	36
Tablo 3. Dünyada Bulunan Farklı Ülkelere Ait Sokak Lezzetleri	37
Tablo 4. Avrupa Kıtasında Bulunan Bazı Ülkelerin Meşhur Sokak Lezzetleri.....	37
Tablo 5. Türkiye’de Bölgelere Göre Sokak Lezzetleri	38
Tablo 6. Sokak Lezzetlerinin Geçmişte ve Günümüzdeki Durumu.....	40
Tablo 7. Gıda Türlerine Göre Sokak Lezzetleri	43
Tablo 8. Sokak Lezzeti Üreticileri ve Satıcılarının Demografik Özellikleri.....	69
Tablo 9. Sokak Lezzetleri İşletmeleri ile İlgili Genel Bilgiler	69
Tablo 10. İstanbul Sokak Lezzetleri Üzerine Saha Çalışması Bulgularına Yönelik Faktörlerin Temalaştırılması ve Oluşturulan Kodlar.....	70
Tablo 11. Sokak Lezzetleri-İçerik Bilgisi Analizi	89
Tablo 12. Sokak Lezzeti Tüketicilerinin Demografik Özellikleri.....	90

KISALTMALAR DİZİNİ

Kısaltma	Açıklama
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
FAO	Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü
LA	Los Angeles
MÖ	Milattan Önce
TDK	Türk Dil Kurumu
UNWTO	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
VB	Ve Benzeri
VS	Vesaire
YYGF	Yarı-Yapılandırılmış Görüşme Formu
WHO	Dünya Sağlık Örgütü

GİRİŞ

Sokak lezzetleri, dünya tarihinde kendisine önemli yer bulmuş ve geçmişten günümüze kadar toplumlarda varlığını sürdürmüştür. Sokak lezzetleri belirli ülkelerin ve hatta o ülkelerin içindeki çeşitli bölgelerin geleneksel mutfak kültürlerini yansıtmaktadır. Bununla birlikte Tinker, (1987: 329), sokak lezzetlerinin bir şehrin kültürel kimliği hakkında da önemli ipuçları taşıdığını belirtmiştir.

Dünyanın farklı bölgelerinde yaşamlarını sürdüren insanların zamanlarının sınırlı olması ve çalışan nüfusun artması sebebiyle yiyecek-içecek işletmelerinin de yetersizliği göz önüne alındığında dışarıda yemek yeme alışkanlığının ciddi bir oranda arttığı görülmektedir (UPA, 2008). Privitera ve Nesci, (2015: 716)'ne göre çalışma hayatı yoğun olan ve yaşamını sürdürdüğü yerden uzakta çalışan insanlar, en erişebilir gıda tüketim kaynağını sokak lezzetleri olarak görmektedirler.

İstanbul'un tarihi ve kültürel zenginlikleriyle popüler olan bir metropol kent olduğu bilinmektedir. Bu harika şehir, köklü tarihiyle beraber birçok uygarlığın izlerini taşımaktadır. Fakat İstanbul'un kültürel kimliğini anlamak için sadece tarihi yapılarına ve mimarisine bakmak yeterli olmamaktadır. İstanbul'un özgün ruhunun yansımaları şehrin sokaklarında dolaşan ve kokularıyla insanı etkileyen sokak lezzetleriyle görülebilmektedir.

İstanbul sokaklarını gezerken birbirlerinden farklı bölgelerdeki sokak tezgahlarında çeşitlilik gösteren birçok lezzet keşfedilebilmektedir. Boğaz'ın kenarında simit satan simitçiler, Taksim Meydanı'nda döner ustaları, Eminönü'ndeki balık ekmek satıcıları ve daha birçok yerde karşılaşılan sokak lezzetleri, İstanbul'un gastronomik çeşitliliğini yansıtmaktadır. Bu sokak lezzetleri, İstanbul'un tarihi, coğrafi ve kültürel dokusunu taşıırken aynı zamanda insanların hızlı kararlarla bir araya gelişinin adresi ve dolayısıyla gündelik sosyal yaşamlarına da önemli bir eşlikçi olmakta ve ortamını biçimlendirmektedir.

Bu tez çalışması, İstanbul sokak lezzetlerinin toplum üzerindeki etkilerini, çeşitliliğini ve kökenlerini inceleyerek İstanbul'un kültürel kimliğine ışık tutmayı hedeflemektedir. Sokak lezzetlerinin geçmişi, İstanbul'un tarihi süreçlerine ve kültürünün oluşumuna bağlı

olarak şekillenmiştir. Ayrıca sokak lezzetleri, şehrin sosyal yapısını da etkileyerek birleştirici ve paylaşımcı bir kültürel deneyim sunmaktadır.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışma, İstanbul sokak lezzetlerinin İstanbul'un kimliği üzerindeki etkisini araştırarak bu lezzetlerin kentin kültürel yapısını nasıl etkilediği ya da etkilendiğini ortaya koyacaktır. Aynı zamanda, İstanbul'un kültürel mirasının korunması ve gelecek nesillere aktarılması için sokak lezzetlerinin önemini vurgulayarak, gastronomi, turizm ve kültürel miras alanlarında yapılan çalışmalara katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Mülakatlar aracılığıyla halkın sokak lezzetleriyle ilgili bilgi ve algısı bu çalışmayla birlikte belgelenecektir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma; olgusal bir yaklaşımla nitel veri analizi üzerine temellendirilmiştir. Yöntem olarak “görüşme tekniği” ve “yarı yapılandırılmış görüşme formu (YYGF)” kullanılmıştır. Bu nedenle öncelikle genel bir literatür taraması yapılarak temel konu başlıkları belirlenmiş, on adet açık uçlu soru oluşturulmuştur.

Yapılan görüşmeler, katılımcıların izni alındıktan sonra fotoğraf, ses kayıt cihazı, not defteri vb. gibi araçlarla kaydedilmiştir. Ardından ses metinleri yazıya dönüştürülerek, içerik analiz yöntemine hazır hale getirilmiş ve yorumlanmıştır. Araştırma kapsamında kaynak bireylerde, cinsiyet, yaş, din, köken gibi özellikler açısından çeşitlilik gözlemlenmiştir. Yukarıda belirtilen bu çeşitliliği vurgulayan belgeleme için ayrıntılı bir veri bankası oluşturulmuştur.

- Çalışmanın ilk on gününde, belirtilen bölgelerle ilgili ön çalışma yapıldıktan sonra aralarından dört bölge seçilmiş ve bölgeye yönelik olarak buradaki görüşmeler için yarı yapılandırılmış araştırma soruları düzenlenmiştir.
- Tez başlama tarihinden itibaren iki ay boyunca çalışmanın konusu ile ilgili ayrıntılı bir literatür taraması yapılmıştır.
- Literatür taramasının ardından iki ay boyunca sokak lezzetleriyle ilgili saha çalışması gerçekleştirilmiştir.
- Saha çalışmasının bitişinden itibaren iki ay süresince saha çalışmasında toplanan verinin düzenlenmesi ve analizi yapılmıştır.

- Veri değerlendirmesinin ardından tezin yazım aşaması başlamıştır.
- Amaçlı örnekleme yöntemlerinden olan ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu ölçütleri; sokak lezzetleri hakkında bilgiye sahip kişiler, sokak lezzeti destinasyonları, sokak lezzeti satıcıları, sokak lezzeti üreticileri, sokak lezzeti tüketicileri, yemek alanında mesleğinde deneyimli kişiler ve eski geleneklerin bilgisine sahip kişiler oluşturmaktadır. Ölçüt örnekleme kullanılmasının nedeni ise İstanbul'da bulunan sokak lezzetlerinin çeşitliliğinin fazla olması ve konu hakkında doğru bilgilere sahip kişilerin araştırmaya katkı sağlanması istendiğindendir.

Araştırma beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmanın odak noktalarından birisi olan gastronomi kavramları hakkında bilgiler yer almaktadır. Sokak lezzetleri ile ilgili yapılan araştırmada bu lezzetlerinin birçok unsura etki etmesi nedeniyle özellikle gastronomiyle ilişkisi ve tarihçesiyle ilgili bilgiler yer almaktadır.

Araştırmanın ikinci bölümünde sokak lezzetleri hakkında kapsamlı bilgiler verilmiştir. Sokak lezzetleri ile ilgili yapılan literatür taraması sonucunda elde edilen bilgiler derlenmiş ve belirli bir akış içerisinde sunulmuştur. Ayrıca sokak lezzetlerinin dünyada hangi ülkelerde popüler olduğuna ve hangi lezzetlerin ülkelere öne çıktığına yönelik tablolar sunulmuştur.

Araştırmanın üçüncü bölümünde İstanbul'da başlıca sokak lezzetleri, çeşitleri, güncel durumu, gelişimi ve boyutları ile ilgili açıklamaların yanında araştırmanın odak noktası olan sokak lezzetlerinin şehrin kültürüne etkilerine yönelik bulgulara yer verilmiştir.

Dördüncü bölüm, araştırmanın yöntem kısmının ayrıntılı olarak açıklandığı bölümdür. Araştırmanın kapsam, varsayım ve sınırlılıkları ile örnekleme bu bölümde açıklanmaktadır. Ayrıca araştırmada hazırlanan yarı-yapılandırılmış görüşme formuna yönelik bilgilerde bu bölümde sunulmuştur.

Araştırmanın beşinci bölümü bulgular kısmıdır. Bulgular kısmında yapılan görüşmelerin ayrıntıları sunulmuş, yapılan içerik analizi sonucunda kodlar ve temalar oluşturulmuştur. Bununla birlikte oluşturulan bu tema ve kodların analizlerine yer verilmiştir.

Araştırmanın altında bölümünde sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

Araştırmanın Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada, görüşme tekniği kullanılarak İstanbul'da bulunan sokak lezzetleri mekânları ile ilişkili kişilerin görüşleri alınarak sokak lezzetlerinin kültürel kimliğe olan etkileri ve bu kişiler için sokak lezzetlerinin anlamına ilişkin anlatıları belgelenmiştir. Katılımcılara yarı-yapılandırılmış on adet açık uçlu soru sorulmuştur. Bu on adet sorunun yedisi sokak lezzetleri satıcıları veya üreticilerini ilgilendirmekte olup kalan üç soru ise sokak lezzeti tüketicilerine yöneliktir. Görüşmeler için etik kurul onayı alınmıştır.

1. Veri Toplama Aracı: Yarı-yapılandırılmış görüşme formu
2. Veri Toplama Aracı: Fotoğraf
3. Veri Toplama Aracı: Not Defteri
4. Veri Toplama Aracı: Ses Kayıt Cihazı
5. Veri Toplama Aracı: Gazete Kuponları
6. Veri Toplama Aracı: İnternet Siteleri

Araştırmanın Önemi, Literatür Karşılaştırması ve Özgünlüğü

Sokak lezzetlerine yönelik aşağıda özetlendiği gibi çok sayıda çalışma olmasına rağmen, İstanbul merkezine odaklananların sayısı azdır. Literatürde sokak lezzetlerinin daha çok gastronomi turizmi kapsamında incelendiği anlaşılmaktadır. Kültürel kimlik ile gastronomi sektörü arasındaki ilişkinin varlığı pek çok araştırmacı tarafından ele alınmış, popüler bir konudur (Draper, 1996: 10; Aydın, 2012: 92; Kraig ve Sen, 2013: 26; Ballı, 2016: 6; Polat ve Gezen, 2017: 117; Solunoğlu ve Nazik, 2018: 42; Karsavuran, 2018: 248; Bandoğlu, 2015: 156).

Demir ve diğerleri (2018: 590), yaptıkları çalışmada İstanbul sokak lezzetlerini gastronomik değer açısından ele almışlardır. Ne var ki, sokak lezzetlerinin kent içindeki bölgesel dağılımına odaklanmalarına karşın, bu konuya ilişkin herhangi bir saha çalışmasına yer vermemişlerdir.

Iğdır (2020: 102), sokak lezzetlerinin turizm çekiciliği yönünden önemini belirterek konuya gastronomi turizmi açısından odaklanmıştır. Sokak lezzetlerinin gastronomik değerinin anlaşılması için gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesinin gerektiğini vurgulamıştır. Yazar, sokak lezzetlerinin gastronomik bir ürün olduğu sonucuna ulaşmış ve bu doğrultuda değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamıştır.

Cohen ise, *The Urban Street Food Trade* isimli kitabında (1984: 15), sokak lezzeti üretiminde kırsal kesimden kadınların rolünü incelemiş, konunun ekonomik ve politik boyutuna odaklanmıştır. Tinker (1999: 328) da Cohen gibi, sokak lezzetleri alanında kadın istihdamına yönelik konulara değinmiş, bununla beraber, bu konuda öncü olacak projeler geliştirmiştir.

Taylor ve diğerleri (2000: 26), Amerika halkının sokak lezzeti seçimlerine, alışkanlıklarına, değişim ve çeşitlilik bakımından yaklaşmıştır.

Bektarım ve diğerleri (2018: 679), Mersin’de sokak lezzetlerinin tüketim sıklığına yönelik bulgular elde etmişlerdir. Bu bulguları şehrin demografik özelliklerine göre belirlemişlerdir.

Tez çalışmasına en benzer araştırmaları değerlendirmek gerekirse, sokak lezzetleri ve kültür bağıni kurmak bakımından Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu (2018: 641)’nın araştırmasını örnek gösterebiliriz. Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu, Kıbrıs gastronomi kültürüne somut olmayan kültürel miras açısından yaklaşmışlar; mevcut geleneksel sokak lezzetlerini belgeleyerek dijital ortamda tanıtmayı ve geleceğe aktarmayı amaçlamışlardır.

Altunbağ ve Yılmaz (2019: 437), yarı-yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanarak bir saha çalışması gerçekleştirmişlerdir. Bu araştırma, İstanbul’un bölge olarak seçilmesi ve kullanılan yöntem bakımından, bu tezin kapsamı ile benzerlik gösteren tek çalışmadır. Ancak bu çalışmada sokak lezzetleri konusunun satıcıların bakış açısı ile sınırlandırıldığı görülmektedir. İstanbul’da çoklu veri toplama yöntemi kullanarak, saha çalışması yapan bir diğer örnek ise Albayrak ve Yıldırım (2019: 1078)’dan gelmektedir; bu çalışmaları ile yabancı turistlerin sokak lezzetlerine yönelik ilgisini ve bu kenti ziyaret etme seçimlerinde sokak lezzetinin etkisini ele almışlardır. Genel yöntem bakımından benzerlikler olsa da bu tez çalışmasında hem satıcılara hem de üretici ve tüketicilere yer verilmiştir.

Konu kapsamında gerçekleştirilen literatür taraması sonucunda, Türkiye’de ülke temelinde sokak lezzetleri ile ilgili birçok çalışmaya rastlanmış fakat özellikle İstanbul’da sokak lezzetlerinin yoğunlukta olduğu kültürel ve tarihsel geçmişi olan bölgelerde sokak lezzetlerinin şehre ve şehrin kültürünün sokak lezzetlerine etkisine odaklanan kapsamlı bir araştırmaya rastlanılmamıştır.

Bu nedenle çalışma, özellikle İstanbul'un sosyalleşme açısından tercih edilen bölgelerinde sokak lezzeti satıcıları, üreticileri ve tüketicileriyle yapılan görüşmeler ışığında sokak lezzetlerinin İstanbul'a kültürel açıdan etkilerini ve şehrin kültürel kimliğini sokak lezzetleri üzerinden çalışarak, alana ilişkin literatürde tamamlayıcı bir rol üstlenecektir.

Bulguların birçok kent içi bölgenin kültürel geçmişini ortaya çıkartmasında ve gelecekte lezzetlerin yaşatılması konusunda ön görüş sağlayabileceği tahmin edildiğinden, araştırmanın alan için önem arz ettiği düşünülmektedir.



BİRİNCİ BÖLÜM: GASTRONOMİ VE SOKAK LEZZETLERİ: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Gastronomi Kavramı

Gastronomi kavramı ilk kez 1800’lü yıllarda Fransız bir şair olan Joseph Berchoux’nun “gastronomi” kavramından bir şiirinde bahsetmesi ile doğmuştur. Gastronomi sözcüğü “mide yasa” anlamına gelen mide (gaster) ve yasa (nomos) kelimelerinin birleşiminden oluşan Latince kökenli bir sözcüktür. 1835 yılında Gastronomi kelimesi Fransız Akademisi’nin sözlüğüne girmiş ve “her koşulda ve yaşta tadılabilecek bir zevk” olarak tanımlanmıştır (Küçükşahin, 2016: 5; Gövce, 2016: 8).

Gastronomi, tüm yiyecek ve içecek çeşitlerinin üretimi, hazırlanma süreci, sunulması ve tüketiminin yanı sıra gıdaların fizyolojisi ve mikrobiyolojisi, insanların beslenme, yeme-içme alışkanlıklarını ve eğilimlerini kapsayan tüm kural, norm ve süreçlerden oluşan bir kavramdır (Akdağ ve diğerleri, 2015: 449).

TDK sözlüğünde ise gastronomi kelimesi “insan sağlığına uygun iyi derecede düzenlenmiş lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi” olarak açıklanmıştır (Türk Dil Kurumu, 2020).

Akgöl (2012: 16)’e göre gastronominin kapsamlı tanımı “insan refahı ve gıdasını ilgilendiren tüm konularda sağlanmış kapsamlı bilgi birikimidir” şeklindedir. Gastronomi, tüketilen gıdaların üretiminden başlayarak insan sağlığına uygun şartlarda, ürünün lezzet odağının en üst düzeyde artırılıp aynı zamanda görsel estetiğin de önemsenerek servis yapıldıktan sonra tüketicinin memnun edilmesini kapsayan yemek sistemine verilen isimdir.

Çoğu kaynakta gastronomi yemek bilimi veya sanatı olarak tanımlanmasına rağmen bunların daha çok akademik ve sanatsal tanımlar oldukları bilinmektedir. Oysaki gastronominin uygulamada daha çok aşçılık ile ilişkilendirildiği görülmektedir (Wilkins ve Hill, 1994: 35). Gastronomi, kelime olarak mutfak ile ilgili anlamına gelen “culinary” ve “cuisine” ile karıştırılabilmektedir. “Culinary” kelimesi genel olarak mutfaklardan bahsederken kullanılmakta olup “cuisine” ise yerel mutfakları kastetmektedir. (Ignatov ve Smith, 2006: 236).

1.2. Gastronominin Zaman-Dizinsel Gelişimi

Yemek yeme davranışının günlük yeme alışkanlıkları aracılığıyla bireyler ve toplum üzerinde güçlü bir etkisinin olduğundan bahsetmek mümkündür. Yemekler tüketicilerin ve toplumların yaşamlarının temelini oluşturduğundan önemi büyüktür. Bunun sebebi ise yiyeceklerin sunulduğu biçimler ve yapıların gıdaları yenilebilir olarak kültürel açıdan tanımlayabilmesinden kaynaklanmaktadır (Atalay ve Hastorf, 2006: 283).

İnsan varoluşundan ilk besin üreticiliği çağına kadar beslenme ihtiyacını diğer hayvanlar gibi doğadan hazır edinerek ve doğrudan tüketerek karşılamıştır. İlk insanların genellikle doğada buldukları yemişlerle beslendikleri bilinmekte olup ateşin keşfinden sonra bu durum değişmektedir (Özkaya ve Sarıcan, 2014: 37).

Tarih öncesi çağlarda yemek kültürünün ortaya çıkmasında taştan araç-gereçlerin yapımı, ateşin keşfedilmesi, avcılık-toplayıcılığın insanlar tarafından düzenli bir hale getirilmesi, tarımın keşfedilmesi ve evcilleştirme büyük etkiye sahiptir. Paleolitik dönemde yaşayan insan türlerinin planlı avlanma yapmadıkları ve genellikle leş yiyerek hayatta kaldıkları bilinmektedir (Gosden, 2020: 20). Mezolitik dönemin en dikkat çekici özelliklerinden biriye bitki örtüsündeki değişikliklerle birlikte besin çeşitliliğinin artması ve su ürünlerinin insan beslenmesi için kullanılmaya başlanmasıdır (Arslantaş, 2014: 320). Neolitik Çağ, toplumun beslenme biçimini şekillendiren avcılık, toplayıcılık ve balıkçılıktan gıda üretimine geçiş açısından tarihteki önemli dönüm noktalarından biri olarak kabul edilir. Gıda üretimine geçilmesiyle birlikte insanlar gıda ihtiyaçlarını kısmen kontrol altına almayı başarmışlardır (Güngör, 1998: 368). Neolitik dönemde yerleşik hayata geçildiği zamandan itibaren tahılların ve başta koyun, keçi olmak üzere hayvanların kültüre alındığı sıralarda meydana gelen değişimler, karmaşık ve çok yönlü dinamiklerin bir sonucu olmaktadır. Buna karşın Neolitik dönemde bugün bilinen anlamda besin tüketiciliğinden, besin hazırlamacılığa bir geçişin gerçekleştiği söylenebilmektedir. Daha önceleri yalnızca avlanan ve doğadan tüketen insanlar bu dönemle birlikte üretmeye başlamışlardır (Cömert ve Güner, 2020: 3427; Uhri, 2021: 53).

1.2.1. Tarih Öncesi Devirler

Beslenme tarihçileri ilk insanların küçük memeliler, kertenkele ve kaplumbağa gibi rahatça yakalanan hayvanları tüketip ayrıca başka etoburlardan kalan leşleri yiyerek

protein ihtiyacını karşıladığını düşünmektedirler (Andrews ve diğerleri, 1991: 15; Brothwell, 1969: 13).

Bilim insanları, insanların (Homo Habilis) aletleri yaklaşık M.Ö. 2.800.000 tarihinden itibaren icat ettiğine inanmaktadırlar. İlk insanların hayvan etini, taştan yapılma bıçaklarla kestikleri bilinmektedir (Gibbons, 2007: 1559). Arkeologlar bu insanlara Homo Habilis “yetenekli insan” adını vermişlerdir. Sonrasında yaklaşık 1,5 milyon ila 500 bin yıl önce, Homo Erectus “dik duran insan” adı verilen başka bir grup ortaya çıkmıştır. Bu insanlar kuzeye, Afrika’dan Avrupa’ya ve doğuya, Hindistan, Çin ve güneydoğu Asya’ya göç etmişlerdir. Onların diğer gruplardan daha iyi aletlere ve ilk kez ateşi kontrol etme becerisine sahip oldukları bilinmektedir (Civitello, 2019: 2).

1.2.1.1. Besin Hazırlama ve Pişirme

Ateşin kullanımı, insanın günümüze kadar ki sürecinde önemli bir mihenk taşı olmasının yanı sıra gastronominin ortaya çıkışında da bir dönüm noktası oluşturduğu düşünülmektedir. Ateşin kullanımı, Uhri’nin sıraladığı gibi (2021: 15) aydınlatma, yakma, ısıtma, ısınma, avlanma, birleştirme, ayırma, iletişim kurma, korunma, alet yapma, ölü gömme ritüelleri gibi çok çeşitli alanlarda olduğu gibi yiyecek hazırlamaya ilişkin katkıları bakımından da ele almıştır (Wrangham, 2009: 4).

Ateşin ortaya çıkmasından önce, hominid diyetinin uygulandığı düşünülmektedir. Bu diyet çoğunlukla tohumlar, çiçekler ve etli meyveler gibi basit şekerler ve karbonhidratlardan oluşan bitki kısımlarıyla sınırlı olmaktadır (Gibbons, 2007: 1558). Ateş, insanların hazmı güç olan yiyecekleri yiyebilmesine imkân tanımıştır. Ateşi kontrol etme becerisi, insanlara önemli ölçüde hayatta kalma avantajı olan daha fazla protein tüketme olanağı sağlamıştır (Civitello, 2019: 3).

Ateşi kontrol etme yeteneğinin insanlığın ve gastronominin tarihinde önemli bir dönüm noktası olduğu bilinmektedir. Ancak insanların bu yeteneği ilk kez ne zaman geliştirdiği sorusunun gizemi hâlâ geçerliliğini korumaktadır. Güney Afrika’nın Kuzey Cape Eyaleti’ndeki Wonderwerk Mağarası bölgesindeki bozulmamış çökeltilerin mikromorfolojik ve kızılötesi mikrospektroskopi analizlerinin, mağarada yanma olayının gerçekleştiğine dair yanmış kemik ve küllenmiş bitki kalıntıları şeklinde kesin kanıtlar sağladığı görülmektedir. Wonderwerk Mağarası’nda bulunan kanıtların arkeolojik

bağlamda ateşe ilişkin en eski güvenilir kanıt olduğu öne sürülmektedir (Berna ve diğerleri, 2012: 1215).

Ateşin izine dair en eski buluntunun Swartkrans Mağarası'nda yaklaşık 1 ila 1,5 milyon yıl öncesine dayandığı bilinmektedir. Yapılan çalışmalar ilk defa bu mağarada yanmış kemik izlerine rastlandığı yönündedir (Brain ve Sillen, 1988: 465). Ayrıca elde edilen bir diğer bulguya göre Afrika'daki Wonderwerk Mağarası'nda 1.000.000 yıllık kül ve yanık kemik izlerine de ulaşılmıştır (Berna ve diğerleri, 2012: 1215).

Ateşin erken kullanımına ilişkin en yoğun araştırmalardan bazıları Ürdün Vadisi'ndeki (İsrail) Gesher Benot Ya'akov'un 700.000 ile 800.000 yıl öncesine tarihlenen yerleşimine odaklanmıştır. Bununla birlikte, daha önce belirtilen Aşölyen (Acheulean) yerleşimlerinin herhangi birinde kontrollü ateş kullanımına ilişkin kanıtlar ve kabuller tartışmalı olmaya devam etmektedir. Tartışmalar buraların açık hava alanları olmasından ve kontrol edilemeyen yangınların etkisinin tamamen gözden çıkarılmasının mümkün olmadığı düşüncesinden kaynaklanmaktadır (Berna ve diğerleri, 2012: 1215).

İnsanların, yiyecekleri pişirmeye nasıl başladıklarına dair iki teori bulunmakta olup antropologlar için bu konu halen tartışmalıdır. Flandrin ve Montanari (2000: 17), kontrol dışı bir yangının çıktığını ve bu yangının domuzları kazara pişirdiğini belirtmektedirler. İkinci teori ise bir orman yangını sonucunda ilk kızarmış etin ortaya çıktığına yöneliktir. Fakat diğer araştırmacılar, pişirmenin daha incelikli ve insanlar tarafından kontrol edilen bir eylem olduğunu düşünmektedirler.

Tannahill (1973: 15)'e göre ateşi kontrol etmeyi becerebilen insanlar, ilk olarak açık bir ateş üzerinde pişirme yöntemini kullanmışlardır. Bir sonraki pişirme aşamasının ise yiyeceklerin yanan közlerin bulunduğu çukurlara koyulması ve üzerlerinin kapatılması şeklinde olabileceği söylenmektedir. Ateşi kontrol edebilen avcılar eve mızraklarında asılı bir hayvanla döndüklerinde avlarını ateşin üstüne asarak ve döndürerek çevirmeye başladıkları tahmin edilmektedir. Etin, daha hızlı pişebilmesi için sert taş aletlerle, küçük parçalara ayrılarak tüketildiği düşünülmektedir. Çanak çömleğin M.Ö. 7500'e kadar görülmediği bilinmekte olup dayanıklı kil kaynama kapları da bulunmadığı için yiyeceklerin, yumuşakça veya kaplumbağa kabuklarında ya da bazen hayvan derilerinde kaynatıldığı düşünülmektedir (Civitello, 2019: 3).

Tarih öncesi çağlarda ateşin kullanımının öğrenilmesinden önce çiğ gıdalarla beslenildiği bilinmekte olup bununla birlikte tahılların ısıtma işlemine tabi tutulan ilk bitkisel ürünler olduğuna inanılmaktadır. Bunun temel nedeni meyve, sebze ve yer altı sapslarının tahıllara göre daha yumuşak olması ve çiğ olarak yenebilmesinden kaynaklanmaktadır (Uhri, 2021: 54). Gıdalar çiğ, pişmiş ve çürümüş bileşenleri içeren kategorilere ayrılmaktadır. Gıdaların çiğ, pişmiş veya çürümüş şekilde farklı tüketim hallerinin toplumların yaşayış biçimlerini etkiledikleri bilinmektedir (Wollstonecroft, 2011: 141). Lévi-Strauss (1969: 41)' e göre çiğ ve pişmiş besinler arasında bulunan kültürel dönüşüm, besinlerin hazırlığı ve pişirme işlemi için önemli bir veri olmaktadır. Bu dönüşümler her toplumda aynı olmamaktadır. Her toplum için çiğ, pişmiş veya bozulmuş algısı birbirlerinden farklı olabilmektedir. Çiğ besinler doğayı temsil ederken, pişmiş besinler kültürü ve medeniyeti temsil etmektedir (Goody, 2013: 41).

Etlerin hazırlanmasında iki temel yöntemin kullanıldığı ve çeşitli teknik farklılıklarının olduğu düşünülmektedir. Bu yöntemler kuru pişirme ve ıslak pişirmedir. Kuru pişirme yöntemi doğrudan ateşte pişirme yöntemidir. Nispeten ileri bir yöntem ise doğrudan ateşe atmak yerine közlerin üzerine atarak pişirmektir. Bu yöntemlere dayanan ve muhtemelen ateş çukurlarının gelişimiyle ilgili olan diğer bir yöntem ise etin ısıtılmış taşlara yerleştirildiği ve çukurlara konulduğu basit bir teknik olan "tandır" tekniğidir. Bir diğeri ise ısıtılmış taşları suya koyarak suyu kaynatma ve etin su içerisinde pişmesi tekniğidir (Tannahill, 1973: 25). Ancak sulu pişirme yönteminin özellikle bitkisel besinler ile etin aynı anda pişirilmesi açısından pratik olması sayesinde yiyecek çeşitliliğini arttıracığından bu yöntemin Çanak Çömlekli Neolitik dönemden sonra yaygınlaşması muhtemel görüşler arasındadır (Uhri, 2021: 54).

Çanak çömleğin icadıyla birlikte besin hazırlama ve pişirme tekniklerinin önemli ölçüde geliştiği ve çeşitlendiği görülmektedir. İnsanlığın pişirme durumuna yönelik bazı ilginç bilgiler ortaya çıkmıştır. Moravia'da Dolni Vestonice'deki etkinlikler esnasında M.Ö. 25.000'den kalma bir fırın bulunmuştur. Bu fırının içerisinde iki binden fazla ateşte pişmiş kil yığını ortaya çıkarılmış, ayrıca hayvan başları, bedenleri ve ayakları da bulunmuştur (Tannahill, 1973: 26).

Claude Lévi-Strauss'un "L'Origine des Manieres de Table" eserinde kızartma tekniğinin ateşe ihtiyacı olduğundan bu tekniğin doğaya yakın olduğunu savunmaktadır. Aynı eserde

sulu şekilde gıda pişirmek için kap ve suya gereksinim duyulacağından sulu pişirmenin kültürle bağlantısı olduğu belirtilmektedir (Lévi-Strauss, 1969: 40). Dolayısıyla sulu şekilde pişirme (haşlama) için verilebilecek en eski tarih, insanlığın bir sıvıyı içinde dökülmeden tutabileceği bir nesneyi üretmeyi başardığı zaman olmaktadır. Üstelik bu nesne ateşe de dayanıklı olmalı veya en azından ısı transferi açısından gerekecek olan ergonomik yapıya sahip olmalıydı. Çanak Çömlekli Neolitik Çağ'dan daha eski zamanlarda insanların ahşaptan kapların içerisine ısıtılmış taşları atarak sulu pişirme yapmış olabilecekleri düşünülse de net bir veri bulunmamaktadır (Montanari, 1995: 26, Tannahill, 1973: 28).

Tarih öncesi dönemlerde yaşayan insanların yemek alışkanlıklarına dair bilgilere gıda kalıntılarına bakılarak ulaşılmaktadır. Arkeolojik kazılarda bulunan hayvan kemikleri, insanların hangi hayvanları yedikleri hakkında bilgi sunmaktadır (Outman, 2008: 21). Tarih öncesi insanlar, kemiklerde bulunan iliklere ulaşabilmek için kemikleri parçalamış veya kırmaya çalışmışlardır. Yalnızca bununla kalmayıp kırık çene kemikleri, parçalanmış kafatasları, hayvan dilleri ve beyinlerini de parçaladıkları ve tükettikleri görülmektedir. Bu insanların beslenme şekilleri ve bunun gibi birçok durum iskelet kalıntıları, çöp yığınları ve fosil dışkılara bakılarak tespit edilmektedir. Dünyanın her yerinde bulunan insan kalıntıları, sıcak iklimlerde kuruyarak, soğuk iklimlerde ise donarak ve nemli iklimlerde olağanüstü bir şekilde korunabilmektedir. Bu tür nadir karşılaşılan buluntularda doğada çözünen deri, iç organlar gibi kısımlar da korunmuş olabildiğinden, son yenilen yemekler bile mide içinde tespit edilebilmektedir. Arkeologlar çöp yığınlarını incelediğinde ilk insanların bazı beslenme alışkanlıklarının bizimkilerden farklı olmadığını söylemektedirler (Civitello, 2019: 5).

Atalay ve Hastorf, Çatalhöyük'te yaptıkları çalışmada besin hazırlama yöntemlerini farklı başlıklar içerisinde ele almışlardır (Atalay ve Hastorf, 2006: 289), bunlar:

Depolama: Hane halkının sıcak aylarda günlük tüketim için ve aynı zamanda yiyecekleri işlemek için az üç ila dört kış ayı boyunca depolamaya yetecek kadar et ve bitki ürünlerini özenle depolamaya hazır hale getirdikleri düşünülebilmektedir. Yiyeceklerin bir şekilde kış tüketimi için işlenip saklanması gerektiği bilinmekte fakat kanıtlanamayan şey, işleme faaliyetlerinin tam niteliği ve kapsamıdır.

Kazılan binaların neredeyse hepsinde çöp kutuları veya depolar tespit edilmiştir. Bu depolama alanları içerisinde inşa edilmiş küçük yan odalarda bulunmaktadır. Yapay kanıtların analizi, bu küçük, kirli (yani organik açıdan zengin) odaların, büyük olasılıkla sepetler gibi taşınabilir saklama kapları ve ayrıca çeşitli ahşap, taş ve kemik aletlerle dolu olduğunu göstermektedir.

Kasaplık: Hayvan kaynaklarının (sığır, koyun, keçi, kümes hayvanları, balık) tüketime uygun hale gelebilmesi için belirli bir miktarda işlem yapılması gerekmektedir. Kasaplık, etin hem tüketime hem de pişirmeye ve depolamaya hazırlanmasında önemli bir adımdır. Bazı kalıntılar üzerinde görülen doğrama işaretleri, hayvan kaynaklarının depolama için hazırlanmasında çeşitli et işleme biçimlerinin gerçekleştiğini açıklamaktadır. Kesme izlerinin çoğu, tüketim sırasındaki kesmenin sonucu olarak tanımlanabilmektedir. Kalıntılar üzerinde kavurma veya diğer pişirme yöntemlerine dair kanıtlar, etin çoğunlukla ısıtılmadan önce kemiklerinden fileto halinde çıkarıldığını, muhtemelen hemen pişirmek ve tüketmek için kurutma, tütsüleme veya tuzlama için hazırlandığını göstermektedir.

Tahıl İşleme: Hayvansal ürünlerin ön işleme tabi tutulmasına ek olarak bölge sakinleri depolama amacıyla tahıl tanelerini, tohumları, bakliyatları, sert kabuklu yemişleri ve diğer bitki kaynaklarını da işlemişlerdir. Bitkilerin, pişirilmeden ve tüketilmeden önce, özellikle de uzun süreli depolamadan önce belirli bir temizliğe ihtiyaç duyduğu bilinmektedir. Tahılları tarladan yenilebilir şekle dönüştüren adımların sırası iyi bilinmektedir. Bu adımlar tahıl harmanlamayı, elemeyi ve son olarak elle temizlemeyi içermektedir. Bu işlemenin ilk aşamaları olan harmanlama ve savurma saha dışında veya yerleşimin kenarlarında gerçekleştirilmektedir.

Kurutma ve Tütsüleme: Bitki ve hayvan kaynaklarının muhtemelen gelecekte tüketilmek üzere kurutulduğu tahmin edilmektedir. Yenilebilme oranlarını artırmak amacıyla en muhtemel prosedürler, meyvelerin, yemişlerin, yaprakların, diğer bitki parçalarının ve et filetolarının çatılarda kurutulmasını içermektedir. Kuru ve sıcak yaz günlerinde açık alanlarda ahşap kurutma raflarının bu işlemi kolaylaştırmış olabileceği düşünülmektedir. Bu yapılar geçici bir kurutma rafı oluşturmak için birbirine bağlanan derme çatma tahta çubuklar veya kamış sapları olabilmektedir.

Tuzlama: Çatalhöyük'te bazı kanıtlar bırakan et koruma yöntemlerinden bir diğer etkili yöntem de tuzlamadır. Tuzlama yoluyla muhafaza etmek için, taze et parçaları, derilere veya çukurlara konulur ve birkaç hafta boyunca tuzla kaplanır. Tuz, esas olarak etin nemini alarak etin korunmasını sağlar, etin bir mevsim saklanmasına olanak tanır ve böylece bu durum etin kullanım ömrünü uzatır. Son zamanlarda tuzun, yaklaşık 100 km kuzeydoğuda bulunan Tuz Gölü bölgesinden tuz satıcıları tarafından yerel köye getirildiği bilinmektedir.

Turşulama: Turşulama, gıdaları depolamaya hazırlamanın bir başka etkili yöntemidir. Taze meyve ve sebzelerin tuz, su, meyve suyu ve nohuttan oluşan karışıma eklendiği belirtilmektedir. Bu malzemelerin mayayı yakalaması için birkaç hafta boyunca güneşte fermente edilmesine izin verilir ve ardından kışın kullanılmak üzere karanlık bir yere kaldırılır. Tuzlamada olduğu gibi bu yöntemde de deri veya başka bir su geçirmez kabın kullanılması gerekmektedir. Bazı durumlarda, salamura gıdalar tüketilene kadar depolama birkaç ay sürmüş olabilmektedir.

Kavurma ve Kızartma: Kavurma ve kızartma yöntemi tahılların, tohumların ve sert kabuklu yemişlerin depolama ömrünü uzatmak, haşereleri ve kemirgenleri engellemek ve bazı kabuklu mahsullerden kavuzların çıkarılmasına yardımcı olmaya yönelik bir yöntemdir. Çatalhöyük'te gerçekleşmiş olabileceğine inanılan kavurma yöntemi, tahılların her ocağın tabanını kaplayan ısıtılmış yassı taşların üzerinde kızartılma şekliyle görülmektedir. Bir avuç dolusu tahıl, tohum ve bakliyat, ısıtılmış fırın çatılarına veya bir ocağın yükseltilmiş kolları içindeki kil toplarına yerleştirildiğinde hızla kurumaktadır. Bu uygulamaya dair olası kanıtlar, Güney konumda kalan bölgelerde kazılan birçok binada mevcuttur. En önemlisi bir binada fırının tabanında iki öğütme taşı levha parçası bulunmuştur. Ayrıca Güney Bölgesi'ndeki fırınların tabanını kaplayan kırık kil topu parçalarına ait birkaç örnek de bulunmakta ve bu aynı zamanda tahılların etkili bir şekilde kavrulmasına ve kızartılmasına da olanak tanıyan bir düzenek olmaktadır.

1.2.1.2. Tarım ve Hayvancılık

Avcılık ve toplayıcılıktan tarım ve hayvancılığa geçiş insanlık tarihi boyunca adım adım gerçekleşmiştir. Yabani türler ile kültüre alınmış türler arasında bir süreklilik olsa da avcı-toplayıcı olanlar ve tarım, hayvancılıkla geçinenler arasında yine de belirgin bir çizgi

vardır. Avcı-toplayıcıların yiyecek miktarlarını arttırmak için doğadan çeşitli şekilde yararlanmaya çalıştıkları bilinmektedir (Sinclair ve Sinclair, 2010: 8).

Tarıma geçiş sürecindeki en önemli faktörlerden birinin iklim değişikliği olduğu bilinmektedir. Buz çekirdekleri, derin denizlerden alınan sondaj örnekleri ve polen profillerinin analizine dayanarak eski çağların iklimleri üzerine yapılan çalışmalar, M.Ö. 18.000 ile M.Ö. 9500 arasında iklimin soğuk, kurak ve hayli değişken olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Bu yüzden bitkilerin ekimi ya da tarımsal bir ürüne dönüştürülmesine dönük herhangi bir girişimin başarı şansı yoktu. Suriye'nin kuzeyindeki Tell Abu Hureyra'da bu duruma yönelik bir girişime dair kanıt bulunmaktadır. M.Ö. 10.700'de burada yaşayan insanların çavdar bitkisini tarımsal üretimle elde etmeye başladıkları anlaşılmaktadır. Ancak bu girişimleri, M.Ö. 10.700'lerde başlayıp yaklaşık 1200 yıl süren Erken Dryas Devri olarak bilinen ani bir soğuk iklim dalgasına kurban gitmiştir. Ardından M.Ö. 9500'lerde iklim aniden değişmiş, hava daha sıcak, nemli ve istikrarlı bir yapıya bürünmüştür. Bu durum tarım için gerekli olan fakat yeterli olmayan koşulları hazırlamıştır (Standage, 2016: 38).

Tarih öncesinde yaşayan insanlar besin elde etme amacıyla vahşi doğada avlanmışlardır fakat sert kabuklu yemişleri, tohum ve çeşitli bitkileri toplamak için avlanmak mantıklı değildir. Bu durum yalnızca sınırlı bir nüfusu destekleyebilmektedir. İnsanlar çevrelerini daha iyi kontrol etmek ve yiyeceklerini, özellikle de sevdikleri yiyecekleri korumak istemektedirler. Bundan dolayı, yaklaşık 10.000 yıl önce insanlar yabani hayvanları ve bitkileri evcilleştirmeye başlamışlardır. Antik çağlardan beri yiyecekler daha lezzetli, daha güçlü ve daha verimli olacak şekilde insanlar tarafından geliştirilmiştir. Bu durum uzun ve zor bir süreçtir; çünkü tüm bitki ve hayvanların kendilerini savunma yolları bulunmaktadır (Civitello, 2019: 7).

Besin elde etme amacıyla insanların hayvanları evcilleştirmesi de bitkilerdekine benzer bir sonuca yol açmıştır. Hayvanların evcilleştirilmesine M.Ö. 8000'lerde Güneybatı Asya'da koyun ve keçilerle başlanmış, hemen ardından da buna sığır ve domuzlarla devam edilmiştir. Tavuk ise M.Ö. 6000'lerde Güneydoğu Asya'da evcilleştirilmiştir. Kendi yabani atalarına kıyasla, evcilleştirilmiş hayvanların çoğunun daha küçük beyinleri vardır, daha hafif bir görme ve işitme gücüne sahiptirler. Bu, hayvanların vahşi doğada hayatta kalma becerilerini büyük oranda azaltır. Fakat bu durum hayvanların daha uysal

olmasına olanak sağlar ki bu da çiftçilerin amaçladığı bir durumdur. Bu şekilde insanlar hayatta kalma konusunda kendi ürettikleri şeylere bağımlı hale gelmişlerdir. Evcilleştirmeyi, çiftçilik takip etmektedir. Ormanlık araziye yakarak açılan topraklarda yapılan tarım, ağaçların temizlenmesi için başvuru en eski ve en kolay yöntemlerden birisidir. Bu yöntem ilk tarım ve hayvancı topluluklar tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. (Standage, 2016: 28).

- **Arpa ve Buğday**

Neolitik dönemle birlikte üretime geçen insanın beslenme kültürü, avcı-toplayıcılıktan üreticiliğe geçiş şeklinde değişmiştir. Bu süreç sosyal ve kültürel gelişim açısından önemlidir. Bereketli Hilal olarak bilinen, Doğu Akdeniz kıyıları ve Mezopotamya ile Çin'in bazı bölgeleri tarıma geçişin ilk görüldüğü bölgelerdendir. Bugün dünya nüfusunun %90'ının kökleri bu iki tarımsal bölgeye dayanan yedi dil ailesinden birine bağlı bir dili konuşmaktadır (Montanari, 1995: 13). Bu dönemi karakterize eden olgular, bitki ve hayvanların evcilleştirilerek tarım ve hayvancılık yapılması yönündedir. Buna ek olarak tarımı kolaylaştıran taş aletlerin sağladığı teknolojik ilerlemelerin insanlığın yapması gereken yerleşikliği göstermesinden kaynaklanmaktadır. Yerleşik yaşama geçiş, insanlığın sosyo-ekonomik, siyasal ve düşünsel yapısını biçimlendiren dinamik bir süreçtir. Bu dönemden itibaren insanlığın bitki, hayvan ve doğa ile kurduğu ilişki tamamen görülmektedir (Standage, 2016: 41).

Erken Neolitik Çağ'a kadar uzanan ekmek ve bira, insanlığın ilk ürettiği besinlerdendir. Ponting (2008: 53)'e göre tarımın ilk ortaya çıktığı bölgelerde buğday ve arpa eş zamanlı olarak evcilleştirilmiştir. "En önemli ekin, tahıllar arasında besin değeri en yüksek tür olan buğdaydı. İlk olarak ehlileştirilen buğday cinsleri artık ekilmiyor fakat Orta Çağ'da İngiltere'de hala yetiştiriliyor oldukları biliniyordu. Arpa ise, sert iklime karşı buğdaya oranla daha dayanıklı olmasına karşın, ekmek pişirmekten çok, bira yapımı için saklanıyordu."

Bitkilerin evcilleştirildiği Neolitik devrimin önemli sonuçlarından biri beslenme kültürünün en gündelik ögesi olan ekmeğin açığa çıkmasıdır. Milyonlarca yıl doğada hazır halde bulunan bitkiler artık yemek için dönüştürülmeye başlanmıştır. Silvertown (2018: 53)'e göre bu süreç şöyledir: "Tahılların yenilebilmesi için tohumların toplanması, harman dövülmesi ve harman savrularak tahılların kabuklarından arındırılması, daha

sonra tohumların öğütülerek una dönüştürülmesi, suyla karıştırılıp bir hamur hazırlanması, hamurun mayalanması ve pişirilmesi gerekmektedir”. Ayrıca, ekmek yapımında kullanılan buğdayın ilk kez M.Ö. 6000 yıllarında Kuzey İran’da düşük kaliteli buğday ile yabani buğdayın melezleştirilmesiyle elde edildiği bilinmektedir (Ponting, 2008: 57)

Tahılların işlenmesi konusunda Dicle Havzası’ndaki en eski Çanak Çömleksiz Neolitik alanlar (Gusir, Çayönü, Hallan Çemi, Körtik, Demirköy, Hasankeyf), bu bölgenin merkezi bir konuma sahip olmasına rağmen yabani tipte tahıl ve baklagillerin kullanımına ilişkin sınırlı kanıtlar üretmiştir. Fırat havzasında bugüne kadar Göbeklitepe’de yapılan analizlerde minimum miktarda bitki kalıntısı ortaya çıkmıştır. Çayönü, Nevali Çori ve Cafer Höyükteki bölgelerde erken dönemde mahsullerin evcilleştirildiğine dair kanıtlar yetersiz kalmaktadır (Asouti ve Kabukçu, 2019: 32).

Yabani otlar arasında ilk kültür bitkisi arpa olmuş, onu buğday (Triticum) izlemiştir. Yaklaşık 30.000 buğday türünün olduğu bilinmektedir. Eski buğdayın dış kısmında siyez adı verilen, soyulması ve ısıtılması gereken çok sert, yenmeyen bir koruyucu tabaka bulunur. Bu nedenle buğdayı samandan ayırmak için harmanlama adı verilen bir işlem olan sürtünme ile temizlik yapılması gerekmektedir. M.Ö. 800 civarlarında hayvanlar kullanılmaya başlayınca kadar bu işlem elle yapılmaktaydı. Unun ‘taştan öğütülmüş’ ve ‘iri taneli öğütülmüş’ tipte olmasından kaynaklanan ve yüksek ihtimalle saman ve küçük taş parçaları içeriyor olabileceği düşüncesinden kaynaklanmaktadır. M.Ö. 7000’de zayıf samanlı bir buğday türünün yetiştirilmesi gibi önemli bir değişim ortaya çıkmıştır. Bu değişim sayesinde ısıtma aşamasının çıkarıldığı ve bunun sonucunda glutenin ortaya çıktığı söylenmektedir. Mayalı ekmek ise ilk kez Mısır’da yapıldığı ve bunun da kazara ortaya çıktığı düşünülmektedir (Brothwell, 1969: 194).

- **Süt Ürünleri (Süt, Yoğurt, Peynir)**

M.Ö. 12.000 ile 11.000 arasında gezici toplumlar yavaş yavaş avcılık ve toplayıcılıktan yerleşik hayata geçerek yabani hayvanları evcilleştirmeye ve onları besin kaynağı olarak kullanmaya başladılar. Koyun ve keçi M.Ö. 8.000, inek M.Ö. 6.000, manda M.Ö. 4.000’li yıllarda Anadolu ve Orta Doğu’da evcilleştirilmiştir. Bu evcilleştirme durumu Doğu Avrupa’ya M.Ö. 6000’de, Afrika Sahra’sına M.Ö. 5000’de, İngiltere’ye M.Ö. 4000’de ulaştı (Özbek, 2010: 183, Vigne ve diğerleri, 2005: 15). Yabani sığır, keçi ve koyun, kendi

yavrularını beslemeye yetecek kadar süt ürettikleri için insanlar bu hayvanların sütünden yararlanamamaktaydı. Evcilleştirme süreci sırasında seçim, daha fazla süt, daha iyi yün ve daha fazla et üreten dayanıklı türlerin yetişmesini sağladı. Ayrıca sütün bozulmadan saklanabilmesi için yoğurt, peynir ve tereyağı yapma gibi tekniklerin geliştirildiği bilinmektedir (Yurdakök, 2013: 44).

Sığır, koyun ve keçilerin evcilleştirilmesi M.Ö. 8.000 yıllarında Orta Asya'da gerçekleşmiş ve bu tarihlerde insanların, hayvanların sütünü kullanmaya başladığı tahmin edilmektedir. Ayrıca İngiliz Arkeolog Mellart, Çatalhöyük'te yaptığı çalışmalarda tereyağı, peynir ve ayranın Neolitik döneme (M.Ö. 8.000-5.000) ait olabileceğini söylemiştir (Davidson, 1999: 1521). Her ne kadar bu hayvanların sütleri ve yünlerinin kullanımı ekonomik ve besinsel açıdan önemli olsa da bunlara ilişkin açık kanıtlar M.Ö. 4. ve 5. yüzyıllarda ortaya çıkmıştır. Bu sebeplerle ilk sağımın ilk kez nerede ve ne zaman yapıldığı bilinmemektedir. Arkeolojik çömleklerde korunan organik kalıntılar, süt yağındaki ana yağ asitlerinin değerlerine dayanarak Britanya'da M.Ö. 4.000 ve Doğu Avrupa'da M.Ö. 6.000 yıllarında sütün kullanıldığına dair doğrudan kanıt sağlamıştır. Bu yaklaşım, Yakın Doğu ve Güneydoğu Avrupa'da bulunan ve M.Ö. 5.000'den 7.000'e kadar uzanan 2.200'den fazla çanak çömleğe uygulanmıştır. Bu sayede sütün M.Ö. 7.000 yılından itibaren kullanımda olduğu bugüne kadarki en eski doğrudan kanıt olarak görülmektedir (Evershed ve diğerleri 2008: 528).

Arkeolojik dönemlere ait çömleklerde bulunan yağ kalıntılarının incelenmesiyle Afrika Sahrasında M.Ö. 5000, Orta Avrupa'da M.Ö. 6000 yılında çömleklere süt konduğu, peynir yapıldığı belirlenmiştir. M.Ö. 6500-5500 arasında Çatalhöyük'te yapılan kazılarda en alt tabakalarda koyun ve keçi kemiklerinin yanı sıra birkaç evin mutfak bölümünde koyun ve keçi kemiklerinin ve meşe palamutlarının bulunması eski Çatalhöyüklülerin yoğurt yapmasını bildiklerini düşündürmektedir (Lourens-Hattingh ve Viljoen, 2001: 2; Ranadheera ve diğerleri, 2010: 2). Sütün fermantasyon ürünü olan yoğurdun ilk fermantasyonunun kaynağı bilinmemektedir. Sütü fermente eden bakteriler doğada yaygın olarak bulunduklarından dünyanın değişik yerlerinde farklı yöntemlerle sütün fermente olduğu tahmin edilmektedir. Bu konuda en yaygın görüş keçi derisinden veya midesinden yapılan tulumlara konan sütün bunlardaki enzimlerin ve bakterilerin etkisiyle yoğurt, peynir ya da kesmiğe dönüşmesidir. İlk mayanın elde edilmesi yeni süt içmiş bir kuzuyu veya danayı kesip bu sütün hayvanın midesinin dördüncü bölümü olan “şirden”

denilen yerden alınması şeklinde yapılmış olabileceği düşüncesi bulunmaktadır. Burada kimosin (rennin) adlı enzimin etkisi ile reaksiyonların başladığı düşünülmektedir. Ayrıca karınca yuvası girişindeki toprağın veya karınca yumurtalarının da yoğurt mayası olarak kullanılabileceği gösterilmektedir (Yurdakök, 2013: 44).

- **Ekmek ve Bira**

Araştırmalar ekmeğin M.Ö. 4000’lerde Babil Uygarlığında bulunan fırınlarda pişirildiğini göstermektedir. Fakat mayalı ekmeğin ilk kez M.Ö. 1800 yıllarında Antik Mısır’da keşfedilmiştir. Antik Mısır’da ekmeğin yapımının karmaşık olmadığı bilinmektedir. Tahıl ve suyun elle karıştırılarak şişirildiği ve ardından ateşin yanındaki sıcak bir taşın üzerine konularak pişirildiği bilinmektedir. Bu tür ekmeğe “piadina” yani yassı ekmeğin dendiği kayda geçmiştir. Bazı tarihçilere göre eski Mısırlılar ekmeği tesadüfen keşfetmişlerdir. Bir teori, mayanın arta kalan arpaya eklendiği yönündedir. Bir diğer teori ise unun, su yerine birayla karıştırılması yönündedir. Her şartta unun içerdiği glutenin ortaya çıkarak ekmeğin kabarmasını sağladığı söylenebilmektedir. Önceden kalan hamurdan bir parça mayalanmış arpa, bir sonraki somunu oluşturmak için saklanmış ve bu sayede maya oluşturulmuştur (Civitello, 2019: 18).

Mayalı ekmeğin pişirmenin en basit yöntemine dair kanıtlar, M.Ö. 2450 ile 2401 yılları arasında tarihlenen bilinmeyen bir eski krallık mezarından gelmektedir (Moussa ve diğerleri, 1977: 153). Bu kanıt ise hamurun bir kapta karıştırılıp yoğrulmasını ve doğrudan ateşin külü üzerinde pişirilmesini içermektedir. Bu tekniğin muhtemelen daha sonraki dönemlerde köylüler ve işçiler tarafından kullanıldığı bilinmektedir (Lahue ve diğerleri, 2020: 2). Diğer kaynaklar malt ekmeğin kavrulması, ezilmesi, su ve tam tahıllar (muhtemelen maya kaynağı) ile karıştırılmasını önermektedir. Bunun yanı sıra bir diğer kaynakta ise söz konusu ürünün bir hasırdan süzülmeden önce fermente edilmesine izin verilmesi ve ardından önceden hazırlanmış fermente edilmiş bir karışıma dahil edildiği bilinmektedir. Hamurun üzüm sıkarak gibi üzerinde yürünerek yoğrulduğu, tuğla, taş levhalarla veya nadir durumlarda döneme bağlı olarak demirle kaplı büyük fırınlarda pişirildiği bilinmektedir (Sicard ve Legras, 2011: 229)

Tahıl bazlı biranın tam olarak nasıl keşfedildiği bilinmemektedir. Araştırmalar biranın Mezopotamya kökenli olduğunu öne sürmektedir. Ortak bir kaynaktan gelen bira ve ekmeğin marjinal yemek kültürü ve kutsallığı açısından birbirinin yerine geçtiği

görülmektedir. Bazı görüşler, ilk tahılların ekmek yapmak için değil, bira yapmak için yetiştirildiği yönündedir (Silvertown, 2018: 199). İlk önce ekmeğin mi yoksa biranın mı üretildiği belirsizliğini korumaktadır. Bira'nın genellikle arpadan yapıldığı kabul edilir ancak farklı yerlerde ve farklı zamanlarda farklı ürünlerin fermente edilerek bira üretiminde kullanıldığı bilinmektedir. Bira'nın varlığının eski Mısır, Babil ve Çin dahil tüm eski uygarlıklarda olduğu görülmektedir. Ham bira'nın, fermantasyona bağlı olarak bölgelere göre farklılık gösterdiği öne sürülmektedir (Bober, 2014: 89). Mezopotamya Uygarlığında, insan kültürünün ilk yaratısının bira olduğu belirtilir. Dolayısıyla yeme-içmeye ilişkin güçlü anlamlar barındıran ekmek ve bira'nın ekonomik, kültürel ve toplumsal yapılarla girdiği ilişkiyle geçirdiği değişim süreci yemeğin kültürel tarihini anlamaya yönelik önemli ipuçları barındırmaktadır (Braudel, 2017: 216)

Birada olduğu gibi, mayalı ekmeğin pişirilmesinde de mayalama yani fermente işlemi önemlidir. Fermantasyon, mikropların anaerobik metabolizmasıdır, yani bakteri ve mantarların besinlerden enerji ürettiği bir süreçtir. İnsan gıdası bağlamında fermantasyon, yenilebilir mikropların gıda substratlarını (lipitler, karbonhidratlar ve proteinler gibi) toksik olmayan maddelere dönüştüren enzimler üretmesiyle meydana gelmektedir (Sibbesson, 2018: 1)

Bir maya türünün karbondioksit üretmedeki etkinliği ve ekmeğe verdiği tat önemli özelliklerdendir. Özellikle istenilen ekmekle sonuçlanan hamur karışımlarının bazı kısımları, bir sonraki hamurla yapılacak ekmeğin hazırlanmasında kullanılmak üzere saklanabilir. İlk toplumların çoğunda bira'nın çekiciliği göz önüne alındığında, aynı mayanın hem bira hem de ekmek için kullanılmış olması olasılıklar arasında yer almaktadır. Eski Mısır'da yarı pişmiş ekmek hamurunun, bira yapımında kullanılan püreye maya katmak ve şekerin kullanılabilirliğini arttırmak için kullanılmış olabileceği düşünülmektedir. Bu durumun tersine, ekmek hamuruna maya katmak için bira kullanılmış olabileceği de araştırmacılar tarafından dile getirilmiştir (Sinclair ve Sinclair, 2010: 30).

1.2.2. Tarihi Devirler

Tarih çağları yazının icadıyla başlayan ve günümüze kadar gelen zamanı kapsamaktadır. Bu zaman dilimi İlk Çağ, Orta Çağ ve Yeni Çağ olarak ayrılmıştır. Eski uygarlıklar arasında Sümerler, Hititler, Antik Mısır, Antik Yunan ve eski Roma yer aldığı

bilinmektedir. Tarihte yazıyı ilk keşfeden toplum Sümerler olduğundan onların yeme-içme kültürlerine ilişkin bilgi en iyi şekilde çivi yazılı tabletlerden elde edilebilmektedir. Tarım ve hayvancılık açısından oldukça gelişmiş olan bu toplumun mutfak kültürünün kendisinden sonraki birçok medeniyeti etkileyecek kadar güçlü olduğu söylenebilmektedir (Işın, 2018: 8). Dünyada ilk tarifleri barındırdığı tahmin edilen Sümer mutfağının karakteristik özellikleri şu şekilde örneklendirilebilir: Günümüzde de önemli bir yere sahip olan et suyu, Antik Roma'da yaygın olarak kullanılan fermente balık sosu “Garum” ve insanoğlunun bildiği en eski bira kalıntıları Sümerlerin yaşadığı yerlerde bulunmuştur. Sümerlerden sonra onların yerine gelen Akadlar, eski Asur ve Babil uygarlıklarının temelini oluşturmuştur. Asur uygarlığında “Stellerin” üzerine kazınmış yazıtlarda Asurluların düzenlediği ziyafetler ve Asur hükümdarı Asurbanipal'ın bağında, kraliçeleriyle birlikte şarap içtiği görülmektedir. Bu sebepten Asurlular döneminde Mezopotamya'da bağcılık ve şarapçılığın geliştiği bilinmektedir (Gürsoy, 2018: 21).

Anadolu coğrafyasında yer alan önemli uygarlıklardan birisi de Hitit uygarlığıdır. Boğazköy'de bulunan çivi yazılı tabletlerde Hitit dönemine ilişkin bilgiler bulunmaktadır. Hititlerin yazılı kanunlarında yeme ve içmeye ilişkin unsurlara yer verilmesi onların zengin bir yemek kültürüne sahip olduklarını ve öncelikle tarım, hayvancılıkla uğraştıklarının bilindiğini göstermektedir. Hititler döneminde tarımsal faaliyetlerin kanunlarla korunduğu bilinmektedir. Ölümünden sonra hayata inanan bir toplum olan Hititler, dini ritüeller sırasında en değerli yiyeceklerini tanrılarına sundukları elde edilen bulgular arasındadır (Karaköse: 2023: 27). Hitit toplumunda toprakların geniş ve verimli olması, buğday ekiminin yaygın olması nedeniyle 180 çeşit ekmeğin var olduğu bilinmektedir. Hitit bölgesinde yapılan kazılarda yola doğrudan bağlanan yeme-içme kamplarının keşfedilmesinden kaynaklı ilk yeme-içme mekanlarının Hitit döneminde yapıldığı tahmin edilmektedir (Gürsoy, 2014: 15).

Mısır uygarlığında gastronomi açısından ekmek ve biranın en önemli yiyecekler arasında yer aldığı bilinmektedir. Mısırlıların hamura bira mayasını ekleyerek ilk ekşi mayalı ekmeği yaptıkları çalışmalarca ortaya çıkmıştır (Gürsoy, 2013: 20). Mısır firavununun mezar tapınağında yapılan kazılarda Hitit toplumunun yanı sıra Mısır toplumunda da üçgen ekmeklere rastlanmıştır (Işın, 2018). Genel olarak tarih boyunca tüm medeniyetlerin ekmeğe ve ekmek bazlı gıdalara sembolik anlamlar yüklediği söylenebilmektedir. Ekmeğin sembolik işlevine örnek olarak ekmeğin Mısır'daki piramit

inşaatçıların maaşlarını ödemek için kullanılmasının yanında Yunanlıların bereket tanrısı Demeter'in ritüellerinde ekmeğe tapındığının bilinmesi gösterilebilir (Shipman, 2012: 30).

Bazı gastronomi bilginleri, Antik Yunan gastronomisi hakkındaki bilgilerin çoğunu M.Ö. 4. yüzyılda yaşamış ve tanınmış şair olan Yunan Arcestratus'a adamaktadır. Arcestratus, gastronomi kelimesini tarihte ilk kez Hedypatheia adlı kitabında “lüks yaşam” anlamına gelen bir bölümün başlığı veya bir şiirin başlığı olan “Gastronomia” olarak literatüre kazandırmıştır (Gürsoy, 2018: 25). Yunan medeniyetinin ticari ilişkilerde güçlü olduğu bilinmesinin yanında Mısır uygarlığı ile ticaret yapan Yunanlıların ekşi mayalı ekmek yapmayı da Mısırlılardan öğrendikleri bilinmektedir. Ancak Yunanlıların önceki toplumlardan farklı olarak birayı sevmediği, küçümsediği ve şaraba daha fazla önem verdiği söylenmektedir. Yemek pişirmeyi ciddiye alan ve sanat olarak değerlendiren ilk toplumlardan biri Yunanlılar olmuştur (Aksoy ve Üner, 2016: 1).

Romalılar ‘Collegium Pistorum’ adı verilen ilk fırıncılar loncasını organize edip kurmuşlardır. Özellikle etkileşim amacıyla kurulan fırıncılar loncalarının sosyal bir dernek olarak yürütüldüğü bilinmektedir (Albustanlıoğlu, 2019: 1345). Roma mutfacı, Avrupa mutfacının temeli olarak kabul edilmektedir. Ağır sosların kullanılması, yemeklere şarap eklenmesi, ana malzemenin tadının anlaşılmayacak kadar baharat kullanılması, lüks malzemelere ilgi duyulması, ziyafet yemeklerinde gösteriş ve görünüme önem verilmesi Roma mutfacının karakteristik özelliklerdendir (Gürsoy, 2018: 71). Romalılar sofrada misafirperverliğin ve dostluğun önemine değer veren bir toplum olmuşlardır. “Benim için birlikte yemek yemediğim kişi barbardır.” Pompeii'nin duvarlarına yazılan bu ifadeden, Roma yaşamında misafirperverliğin önemi anlaşılmaktadır. Bu dönemde aynı masada oturmanın dostluk ve bağ anlamına geldiği bilinmektedir (Söylemez, 2015: 34). Antik Yunanlıların ve Romalıların tükettikleri yemekler, o dönemdeki nüfusun sosyal statüsünde ve yeme alışkanlıklarında önemli bir rol oynamıştır. Ayrıca Antik Yunan ve Roma toplumları da kendilerinden sonra ortaya çıkan toplumların mutfak kültürlerini etkilemiştir (Aksoy ve Üner, 2016: 2). Orta Çağ'da kiliseye yapılan baskı, yeme-içme alışkanlıkları ve öğün sayısı gibi unsurları etkilemiştir. Sınıfsal farklılıklardan dolayı belirli sınıfların ne yiyip içeceğine ilişkin tüm detaylar kilise tarafından belirlenmiştir (Aksoy ve Üner, 2016: 4).

Fransız mutfağının en dikkat çekici başarılarından biri Fransız Veliht Prensi II.Henry'nin Floransalı Catherine de Medici ile evliliği olmuştur. Medici ailesiyle birlikte gelen sanatçılar ve şefler, İtalyan kültürüyle Fransa'yı etkilemişler. Fransız mutfağını etkileyen İtalyan kültürü, sadece yemek yemeyi değil sofrada adabını da önemli ölçüde etkilemiştir. Bu dönemde Fransız masasında karşımıza çıkan en önemli unsur ise çatal olmuştur. Çatalın yaygın kullanımının Rönesans'a kadar uzandığı bilinmektedir (Merdol, 2018: 15).

1789 Fransız İhtilali ile Avrupa'da feodal düzenin yıkılmasıyla bağımsızlıklarını ilan eden milletlerin milliyetçi dünya görüşleri mutfaklara da yansımıştır (Işın, 2018, 50). Fransa'da yaşayan Marie-Antonie Careme, Escoffier ve Prosper Montagne gibi ünlü şeflerin mutfak gelişimine katkıları büyüktür. Careme'nin mimariye olan ilgisi mutfaka da yansımış, Escoffier mutfakta bir hiyerarşi geliştirerek "Nouvelle Cuisine" hareketini başlatmıştır. Prosper Montagne ise "Larousse Gastronomique" adlı mutfak ansiklopedisi ile Fransız mutfağının dünyada tanınmasında önemli bir rol oynamıştır (Merdol, 2018: 11).

Avrupa ve tüm dünya için bir dönüm noktası olan Sanayi Devrimi'nin başlamasıyla Fransa ve diğer Avrupa ülkeleri, "Careme mutfağı" kavramının değiştiği son dönemlere denk gelmektedir. Tarımın keşfi ve gıdanın sanayileşmesi ile sanayi devrimi, insanın beslenme devrimi olarak adlandırılan olaylardandır (Gürsoy, 2014: 35).

1.2.3. Türkiye'de Gastronomi ve Mutfak Tarihinin Kısa Tarihi

Türk mutfağının temelini Türkiye'nin coğrafi zenginliği başta olmak üzere tarihsel çeşitlilik, kültürel birikimi ve aynı zamanda kaliteli ve taze kullanılan ürünler atmıştır. Bu olguların sağladığı gelişimler ve imkânlar Türk gastronomisinin de birçok özelliğinin gelişmesine yardımcı olmuştur (Önçel, 2015: 35).

Günümüzde Türkiye'de gastronomi modern hale geldiği bilinmektedir. Bu modernleşmenin en büyük etkilerinden biri de yemek yeme alışkanlıklarının farklılaşmasından kaynaklanmaktadır. Türkiye'de yemeklerde kullanılan malzemelerin ve yemek türlerinin şehirler ve köylere göre bölgesel ve tarihsel açıdan değiştiği bilinmektedir. Karadeniz bölgesinin beslenme şekli et tabanlıyken, Akdeniz bölgesinde genellikle ot türü yemekleri tüketilmektedir. Türkiye gastronomisinde birçok farklılık

olmasına rağmen bazı lezzetler tüm halk tarafından ortaktır. Bu ortak yiyeceklerin birçoğunu sokak lezzetleri oluşturmaktadır (Batu ve Batu, 2018: 76).

Türkiye’de gastronominin gelişimi tarihsel süreçler boyunca devam etmiştir. Türk mutfak kültürünün oluşmasında ve gelişmesinde en büyük etken Osmanlı Devlet’ine aittir. Osmanlı Devlet’inin mutfak kültürüne kazandırdıkları günümüze de ulaşmıştır. Osmanlı’nın mutfak kültürünün günümüz Türk mutfağına oldukça yakın olduğu bilinmektedir. Türk mutfağının bu denli gelişmesindeki en büyük sebeplerden birisiyse Osmanlı’nın farklı ülkelerden ve farklı dini inancı olan insanlar barındırmasından kaynaklanmaktadır. Birçok bölge ve ülkenin insanların etkileşimi mutfak kültürünü de derinden etkilemiştir. Osmanlı İmparatorluğu uzun yıllar boyunca üç kıtaya hükmettiğinden birçok kültür zenginliği barındırmaktadır. Bu kültür zenginliği mutfak kültürüne de yansımıştır. Türk milletinin geçmiş yıllardan beri oldukça fazla et tükettikleri bilinen bir gerçektir. Türklerin Orta Asya’dan gelen et tüketme kültürü zaman ilerledikçe farklı ulusların göçleriyle çoğu bölgeye sıçramıştır. Bu etkileşim sayesinde et ürünleri, sebze ve meyveler harmanlanarak kendine özgü bir beslenme türü oluşturmuşlardır. Türk mutfağının her geçen gün kendisini geliştiren ve günümüzdeki halini alan dünya çapında bir mutfak olduğu bilinmektedir (Atay ve Özer, 2022: 469).

İstanbul’un fethi Türk mutfak kültürünü derinden etkileyen bir başka nedendir. Bizans devletinin mutfak kültürü de Türk mutfak kültürüne yansımıştır. Fetihden sonra insanlar deniz ürünlerine yoğunlaşmış ve ilk defa Fatih Sultan Mehmed tarafından çıkartılan ‘Fatih Kanunnamesi’ ile yemek kuralları uygulanmaya başlanmıştır. Bu dönemlerde Osmanlı Padişahı, Topkapı sarayına “Yeni Saray” adlı yeni mutfaklar yaptırmıştır ve bu sayede Türk mutfak kültürünün gelişimine büyük etki etmiştir (Önçel, 2015: 35).

1.3. Gastronomi Turizmi ve Sokak Lezzetleri

Gastronomi turizmi, destinasyona ait tarih, yöresel kültür, yiyecek ve içeceklerin arkasındaki serüveni görmek isteyen kişilere yönelik gerçekleştirilmektedir (Koufadakis ve Manola, 2020: 85). Gastronomi turizmi birçok turiste farklı yemek deneyimleri sunduğu için bölgeye veya ülkeye özgü yemek kültürünün tanıtılmasını sağlamaktadır. Günümüz itibariyle gastronomi turizmindeki gelişmelere bakıldığında turistlerin birçoğunun kitle turizmi yerine özel turizm tecrübelerine dahil olmak istedikleri

belirlenmektedir. Bu sebepten turistlerin farklı turizm çeşitlerine yöneldikleri görülmektedir. (Ballı, 2016: 6).

Gastronomi turizmi sürdürülebilir olmasıyla birlikte bir ülkenin ekonomisine katkı sağladığı da bir gerçektir. Gastronomi turizminin devamlılığı sayesinde ülkelerdeki turizmin bütün yıla yayılması hem o ülke için avantajlı hem de diğer gelişmiş ülkeler ile turizm rekabeti açısından avantajlı bir durumdur. Gastronomi turizmi birçok ülkenin yerel mutfak kültürlerinin korunmasına, gelişmesine ve tanınmasına yardımcı olmaktadır (Üzülmez, 2021: 26).

Günümüzde gastronomi turizminde gelişim süreci devam eden milletlerde kentli nüfusun artışı ve büyük şehirlerde tüketim yapan insanların boş vaktinin azalmasından farklı çeşitlerde gıda tüketme alışkanlıkları ortaya çıkmıştır. Dünyada olduğu gibi ülkemizde de çalışan insan sayısı, nüfusun büyük bir oranını kapsamaktadır (Demir ve diğerleri, 2018: 590). Çalışan insanların işyerlerinin yaşadığı yerlerden uzak olması ve bununla birlikte çalışan insan sayısının artmasından dolayı sokak lezzetleri diğer gıdalara göre en fazla erişilebilir yemek kaynakları olarak görülmeye başlanmıştır (Dawson ve Canet, 1991: 135).

Abdussalam ve Kaferstein, (1993: 191)'e göre sokak lezzetleri sadece ekonomik anlamda güçsüz bir toplumun yemek kültürü olarak adlandırılmamalıdır. Sokakta satılan yemekler yerel ve geleneksel kaynakları kullanarak bulunduğu konumun ekonomisine ve turizme büyük katkı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra sokak lezzetleri barındıran işletmelere ait yerel yemekleri deneyimlemek için gelen gastro turistler ile bölgede yaşayan yerel halk arasında duygusal bir bağ oluşmaktadır. Bu durumun sokak lezzetlerinin bulunduğu bölgelerin kültürel kimliğinin ve gelenekselliğinin korunmasını sağlamasının yanı sıra insanların sosyal hayatına da olumlu yönde etki ettiği bilinmektedir (Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu, 2018: 641).

Sokak lezzetleri, gastronomi turizminin sürdürülebilirliği açısından değerli bir kültürdür. Birçok toplum gastronomi turizmini olağandan farklı şekilde geliştirmek için, geleneksel yemek kültürünün korunmasına ve turistleri ülkeye çekmek için çeşitli gastronomik öğeler yaratılmasına ihtiyaç duymaktadır. Özellikle İstanbul'daki turistlerin ilk durakları sokak lezzetleri barındıran mekânlar olduğu bilinmektedir. Sokak lezzetlerinin değeri uzun yıllar boyunca anlaşılmamasına rağmen geldiği nokta iç açıcıdır. Bunun en büyük sebebi ise sokakta satılan lezzetlerin turist motivasyonunun önemli bir parçası olduğu ve

bununla birlikte ülkenin gastronomik kimliğinin tanınmasına yardımcı olmasından kaynaklanmaktadır. Sokak lezzetlerinin turizme etki etmesiyle ülkelerin gastronomik tanınırlığının da gelişerek artacağı söylenebilmektedir (İğdır, 2020: 102).

1.3.1. Türkiye’de Gastronomi Turizmi ve Sokak Lezzetlerinin İlişkisi

Turistler İstanbul’a geldiklerinde genellikle ilk durakları sokak lezzetleri satan mekanlar olmaktadır. Bunun en büyük sebeplerinden birisi ise sokak lezzetlerinin bulunduğu bölgeyle kurduğu bağıdır. Örneğin; Eminönü’nde ‘Balık Ekmek’ gelenekselleşmiştir. Bu durum hem yerel halka hem de ülkenin gastronomi turizmine olumlu olarak yansımaktadır. Turistlerin yalnızca bazı sokak lezzetleri için de Türkiye’ye geldikleri bilinmektedir. Bu yüzden İstanbul’da bulunan bazı yemekler için turistlere özel turlar ve günler düzenlenmekte olup bu sayede ülkenin gastronomi turizmine katkı sağlanmaktadır (Mandal, 2018: 34).

Dünya üzerindeki çoğu bölgede, bölgeye özgü gıdalar tanıtılmakta olup turistik çekiciliğin arttırılmasına yönelik festivaller ve yarışmalar düzenlenmektedir. Sokak lezzetlerini iyi tanıtan ve pazarlayan bölgelerde rekabet üstünlüğü sayesinde bölgesel kalkınma olumlu anlamda etkilenmektedir. İstanbul’da geçmişten günümüze kadar olan savaşlar, göçler ve çok sayıda etkene bağlı olarak şehrin kültürünün yanında gastronomisi de etkilenmiştir. İstanbul’un her yıl dünya çapında turist alan bir bölge olmasının yanı sıra yerel gıdalar sayesinde de bu turistik çekicilik seviyesi her geçen yıl artmaktadır (Kargiglioğlu ve Aksoy, 2019: 1822). Tüm bunların yanında turistler İstanbul’a seyahat ederken şehrin tarihini, mimarisini ve lezzetlerini keşfetmek istemektedirler. Gastronomi turizminin potansiyelinin her geçen yıl artması İstanbul’da bulunan lezzetlerin tanıtımının doğru yapılması ve ilgi odağı olmasından kaynaklanabilmektedir (Demir ve diğerleri, 2018: 590).

1.3.2. Dünya’da Gastronomi Turizmi

Dünyada bulunan gelişmiş ülkelerin büyük şehirlerinde yiyecek ve içecek sektöründe devamlılığı olan bir tüketim durumu söz konusudur. Yeme-içme sektöründe özellikle diğer rakiplerden farklı olma isteği ve tüketicilere olumlu bir imaj oluşturulma isteği sebebiyle birçok yeni oluşum, etkinlik ve yaklaşımlar ortaya çıkmaktadır. Zaman ilerledikçe bu durum gastronomi turizmine de etki etmiştir. Gastronomi turizmindeki bu gelişimlere birçok insan olumlu bir bakış açısıyla bakması sonucunda gastronomi

turizmine olan ilgi ve alaka artmıştır. Bu sayede dünyada gastronomi turizmi farklı bir boyut kazanmıştır. Gastronomi turizminin ön planda olduğu mekânlara gidebilmek için insanlar özel arabalar ve uçaklar ile seyahat yapmaktadırlar. Gastronomi turizmi ile ilgili verilere sahip olan Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre, yiyecek ve içecek harcamaları dünya gastronomi turizmi gelirlerinde yaklaşık %30 seviyesindedir. Bunun yanı sıra turizm hareketliliğine katılan insanların %88,2'si gittikleri ülkelerin veya şehirlerin seçiminde yemeğin ön planda olduğunu belirtmektedirler (Mandal, 2018: 32).

Dünyadaki gastronomi turizminde yapılan faaliyetlere bakılırsa;

- Kore devleti, İspanya'nın yaklaşık 10 sene önceki gastronomi planını benimsemiştir. Bu durum Kore'nin, İspanya'nın gastronomi sektörüne ulaşmak istediğini göstermektedir.
- ABD'de 1948 senesinden itibaren Maine İstakoz Festivali adlı festival organize edilmiştir. Her yıl yapılan bu etkinlik sayesinde ülke birçok turist kazanmaktadır.
- Yine ABD'de bulunan Napa Vadisi'nde tahminen 600'e yakın şarap üreticisi bulunmaktadır. Bu şarap üreticileri ülkeye çok sayıda turist çekebilmektedir.
- İngiltere'de Isle of Wight'ta her sene planlanan Sarımsak Festivali birçok turisti ülkeye çekmektedir. İki gün süren bu festivalde ana tema sarımsak olup tüm yemekler sarımsaklı yapılmaktadır.
- Melbourne Yemek ve Şarap Festivali ise Avustralya'nın gastronomi turizmine katkı sağlamakla beraber ülkenin turist sayısını artırmaktadır.

1.3.3. Gastronomi Turizminin Olumlu ve Olumsuz Tarafları

Birçok ülke mutfak kültürlerini tanıtmak için gastronomi turizmine ihtiyaç duymaktadır. Son yıllara bakıldığında dünyada genel olarak turizm çalışmaları işletme bazlı yapılmaktadır. Toplumların geçmişten günümüze kadar yeme ve içme gereksinimleri, turizmin önemli bir kolu haline gelmiştir. Ülkelerin ekonomisinin gelişmesi, mutfak kültürünün gelişmesi, belirli yiyeceklerin yurtdışında tanıtılması gibi pozitif durumlar gastronomi turizminin olumlu yönlerindendir. Ülkeler, gastronomi turizmi bakımından belirli bölgelerinde birçok etkinlik düzenlemektedir. Bahsedilen etkinlikler bölgesel açıdan oldukça değerli olmasıyla birlikte işletmelere olumlu fırsatlar katmaktadır. Bu

etkinliklerin faaliyet göstermelerinin gastronomi turizmine olumlu getiriler sağladığı bilinmektedir (Bucak, 2013: 205).

Tablo 1. Gastronomi Turizminin Gelişmişlik Göstergeleri-Dörtlü Hiyerarşi

1. Derece Göstergeler	Gastronomik ürünlerinin tanıtımı için web sitelerinin açılması
	Gastronomik ürünleri barındıran seyahat broşürlerinin olması
	Yerel ürünlerin tanıtımının yapılması
	Restoranların sayıları
	Restoranların tanınmışlığı
	Yeni açılacak restoranların planlamalarının yapılması
	Yerel gıdaların sunum biçimleri
	Yerel gastronomik etkinliklerin düzenlenmesi
	Turistlere yönelik yerel ürünleri tanıtmaya çabasının olması
	Yerel gıdaların sunum kaliteleri
2. Derece Göstergeler	Restoranların, kalite standartlarını belirleyen kurumlar
	Sertifikalı ve kaliteli ürünlerin turizm broşürlerinde tanıtılması
	Seyahat broşürlerinin bölgesel turizm sorumluları vasıtasıyla turistlere ulaştırılması
	Yerel yiyeceklerin günümüz koşullarına ve taleplerine hitap edecek şekilde uyarlanmış olması
	Yemeğin yerel aktivite ve etkinliklerle tanıtılması
3. Derece Göstergeler	Turistleri restorana çekecek aktivitelerin düzenlenmesi
	Doğal yemek-çiftlik konseptli tatil seçeneklerinin olması
	Turistik gastronomi broşürlerinin ve internet sitelerinin çevrildiği yabancı dil sayısı
	Gastronomi broşürlerinin görsel açıdan zengin olması
	Turistlere yönelik yöresel yemekleri pişirme kurslarının açılması
	Tarımsal üretim bölgelerinin turizme açılması
	Şarap rotalarının yaratılmış olması
	Gastronomi müzelerinin olması
	Turizm eğitim kurumlarında, gastronomi konusunda ArGe çalışmalarının olması
4. Derece Göstergeler	Yerel gastronomi ve gastronomi turizmi topluluklarının olması
	Yerel gastronominin ulusal ve yerel medyada yer alması
	Yerel gastronomi üzerine yazılmış akademik çalışmaların ve tezlerin olması

Kaynak: (Sökmen, 2018: 10).

Dünyada gastronomi turizminin popülaritesi oldukça yüksek olmasına rağmen bazı durumlarda olumsuz yanları da ortaya çıkabilmektedir. Ekonomik durumu düşük olan ülkelerde kalitesiz gıdaların satılması, ülkenin gastronomisine olumsuz yansıyabilmektedir. Bazı gastro turistlerin, beslenme şekillerine uygun (vejetaryen, vegan, vb.) gıdalara ulaşamaması ise gastronomi turizmini negatif etkileyen bir

durumdur. Ayrıca düşük maliyetlerle hazırlanan gıdaların zehirlenme olasılığı ve hijyen kurallarına dikkat edilmemesi turistlerin ve gastro turistlerin bakış açılarını olumsuz etkilemektedir (Yılmaz, 2016: 177).

1.3.4. Gastro Turist Kavramı

Yeme-içme için farklı ülkeleri veya bölgeleri ziyaret eden kişilere gastro turist denilmektedir. Gastro turistlerin birçok amacı olsa da ortak noktaları yiyecek-içeceklerdir. Gastro turistler gittikleri bölgelerin başlıca lezzetlerini dener, gurme gıda mağazalarından alışveriş yapar ve yerel gıda satan yerleri ziyaret ederler (Bozkurt, 2021: 15). Gastronomi turizmi her dönem tercih edilebilen bir oluşum olup mutfak kültürleri ile bağlantılı olmasından ötürü herhangi bir yaş, cinsiyet, etnik köken vb. ayırt etmemektedir. Gastro turistlerin bir yeri ziyaret etmeleri genellikle deneyimsel bir turizm olarak nitelendirilebilir. Bu turizmde koklama, duyma, görme ve tatma işlemleri yapılmakta olup yemek kültürleri incelenmektedir. Ziyaret edilen ülkelerin veya bölgelerin mutfak kültürlerinin gelişmesinden dolayı birçok turistin olumlu deneyimler yaşamasını sağlayan gastronomi, gastro turistlerin ziyaretlerini anlamlandırmaktadır (Latifi, 2020: 11). İstanbul'u ziyaret eden gastro turistler genellikle tarihi geçmişe sahip yerleri gezmeyi amaçladıkları bilinmektedir. Bu ziyaretler esnasında İstanbul'da bulunan sokak lezzetlerini keşfetmektedirler (Özmen, 2019: 24).

İKİNCİ BÖLÜM: SOKAK LEZZETLERİ

Sokak lezzetleri neredeyse tüm dünyada popüler bir kültürdür. Birkaç ülkede bazı şehirler sokak lezzetleriyle özdeşleşmiş biçimdedir. Sürekli gelişmeye devam eden ülkelerde, kentleşmenin devam etmesi ve ilerlemesiyle beraber nüfusun birçoğu kırsal bölgelerden şehirlere doğru göç etmiş ve bununla birlikte kent halkı arasında farklı türlerde yeni yeme alışkanlıkları ortaya çıkmıştır. Bu durumdan kaynaklı halkın yaşam şeklinde değişiklikler olmuştur ve zaman ilerledikçe dışarıda gıda tüketme alışkanlığı artmıştır. Günümüzde ise birçok ülkede insanlar ev dışındaki yiyecek ve içecek gereksinimlerini karşılamak için sokak lezzetlerine başvurmaktadır. Bu sayede sokak lezzetleri bir endüstri haline gelmiştir (Demir ve diğerleri, 2018: 591). Sokak lezzetleri; hızlı tüketim, kolay erişim, çeşit fazlalığı ve ekonomik açıdan ucuz olması gibi sebeplerle kaynakları sınırlı olan ve nüfusu normalden fazla yoğun olan şehirlerde yeni geçim planlarından biri olmuştur (Proietti, Mantovani ve Frazzoli, 2014: 144).

2.1. Sokak Lezzetlerinin Tanımı

Sokak kavramı Arapça “zuḳ āk” yani "dar geçit" kelimesinden alınmıştır. Bu kelime Akatça dilinde “sūḳ u”, "çarşı sokağı, pazarda belirli ürünlerin parayla satıldığı geçit" kelimesinden türetilmiştir (Altunbağ, 2020: 7).

Sokak lezzetleri kavramı ilk kez 1986 senesinde Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü tarafından Endonezya'nın başkenti olan Jakarta şehrinde düzenlenen bir kongrede tanımlanmıştır. Bu kongre, Asya bölgesinde sokak yiyecekleri ile ilgili bölgesel çalışmaları içermektedir. Bu çalıştayda sokak lezzetleri genel olarak, sokaklarda kalıcı duvarları bulunmayan sokak tezgâhlarında ve gıda satmaya uygun el arabalarında satılan, sokaklarda yenmeye hazır bir şekilde bulunan yiyecek ve içecekler olarak tanımlanmıştır (FAO, 1986).

2.2. Sokak Lezzetlerinin Tarihçesi

Sokak lezzetlerini genel olarak sokakta tezgâhlarda seyyar olarak satılan yiyecekler oluşturur. Sokak lezzetlerinin sadece gastronomiye etkisi olmamakla birlikte bir toplumun tarihini, kültürünü ve ekonomisinin durumunu etkileyebilmektedir. Günümüz itibarıyla fast-food yemek tarzına yoğun bir ilgi olmasına rağmen bazı bölgelerde sokak lezzetleri yoğun talep görmeye devam etmektedir. Sokak lezzetlerinin hızlı ve ucuz tüketimi yansıttığı bilinmektedir (Buscemi ve Diğerleri, 2011: 119).

Sokak lezzetlerine tarihsel açıdan bakıldığında, zaman ilerledikçe bazı lezzetlerin bulunduğu konumlarla özdeşleştiği görülmektedir. Sokak lezzetlerinin kökeninin Antik Yunan Medeniyetine kadar uzandığı bilinmektedir. Antik Yunan toplumu, İskenderiye'nin liman bölgesinde seyyar satıcılar tarafından satılan yağda kızartılmış balık yemişlerdir ve bu sokak lezzetini çevrelerine aktararak ilk defa sokak lezzeti kavramını ortaya çıkarttıkları bilinmektedir. M.Ö. 6. yüzyılda Antik Yunan'da sokakta tezgahlarda satılan buğday ve arpadan üretilen 'koulouri'nin yanı sıra balık ve deniz ürünlerinin de olduğu Matalas ve Yannakoulia (2000: 15) tarafından vurgulanmıştır. Sokak lezzetleri kültürü Antik Yunan medeniyetinde ortaya çıktıktan sonra Yunan halkı tarafından Antik Roma toplumuna miras bırakılmıştır. Antik Roma toplumunun sokak lezzetlerini geliştirmeye çalıştıkları ve yaşamlarının önemli bir parçası halinde getirdikleri söylenebilmektedir. Sokak lezzetlerinin Antik Roma'da yaygın hale gelmesinin en büyük sebeplerinden birisi ise birçok evde gıdayı pişirmeye yarayan ocak, fırın vs. gibi araç-gereçlerin olmamasındandır (Demirci ve Karacaoğlu, 2021: 45).

Antik Roma medeniyetinde gladyatör savaşları yapılırken izleyiciler bekleme alanlarında bahis oynarlar iken genelde kızarmış balık ve sosis gibi sokak lezzetlerini tükettikleri bilinmektedir (Kargiglioğlu, 2019: 26). Antik Roma'nın meşhur kenti olan Pompei'de farklı kazılar sırasında gladyatör savaşlarına dair tasvir edilmiş resimler bulunmuştur. Bu resimlerde ana meydanlar gibi bölgelerde sokak satıcılarının gıda ürünleri sattıkları keşfedilmiştir. Kazılarda bulunan kanıt niteliğinde olan resimlerin yıpranmasından dolayı sokak satıcılarının ne tarz ürün sattıklarının anlaşılması mümkün olmamaktadır (Holleran, 2016: 24).

Pompei antik kentinde yapılan kazı çalışmaları sonucunda sokak lezzetleri satmak için kurulan tezgahlar ilk kez burada görülmüştür. Bunun yanı sıra bazı lezzetleri sıcak bir şekilde servis edebilmek için içerisinde gıdaları ısıtmaya yarayan küçük mutfaklar tarzında yerler bulunmuştur. Antik Çin medeniyetinde ise zengin insanların evlerinde gıdaları pişirmeye yarayan ekipmanlar bulunduğu bilinmektedir. Bu tarihlerde genel olarak sokakta satılan gıdalar ekonomik durumu kötü olan insanlar tarafından tercih edilmiştir. Sokak lezzetlerini deneyimlemek isteyen zengin insanlar ise statülerinin sarsılacağı endişesi içerisinde olduklarından dışarıda tüketmek istedikleri yiyecekleri hizmetlilerine aldırılmışlardır (Ciaraldi ve Richardson, 2000: 75).

Sokak lezzetlerinin dünyaya yayılması Orta Çağ'da başlamıştır. Küresel bir boyutta yaşanan savaşlar ve göçlerden dolayı sokak lezzetleri kültür etkileşimi içine girmiştir. Birçok toplum göç sırasında mutfak kültürlerini de gittikleri yere götürdüklerinden sokak lezzetlerinin geçmişinin korunması ve günümüze kadar sürekliliği devam etmiştir. Bu durum her bölgede bu şekilde olmamış olup günümüzde hiç bilinmeyen ve yok olmaya yüz tutmuş sokak lezzetlerinin de bulunduğu ön görülmektedir (Aydın, 2020: 4).

Geçmiş yıllardan beri pazar kültürü Anadolu topraklarında mevcut olmuş ve genellikle ticaretler bu pazarlarda yapılmıştır. Sokak lezzeti satan satıcılar da bu pazarlarda kendilerine yer bulmuşlardır. Osmanlı İmparatorluğunda sokak lezzetlerinin ilk olarak Sultan II.Beyazıt döneminde 1502 yılında görüldüğü kaynaklarda ortaya çıkmıştır. Osmanlı zamanlarından birçok lezzet günümüze ulaşmıştır. Bunların macun, ciğer, balık, turşu, salep, boza, börek ve şerbet gibi ürünler oldukları bilinmektedir (Yentür ve Öztürk, 2016: 52).

2.3. Sokak Lezzetlerinin Genel Özellikleri

Sokak lezzetleri birçok ülkenin ve bölgenin yiyecek ve içecek kültürünü şekillendirmektedir. Sokak lezzetleri dünyada genel olarak hijyenik koşullarda hazırlanmayan yiyecekleri çağrıştırmasına rağmen insanların oldukça sık tükettiği lezzetlerdir (Sert ve Kapusuz, 2010: 26).

Ballı, (2016: 11)'ya göre sokak lezzetleri, tüm dünyadaki mutfak kültürlerinde önemli bir yere sahiptir. Sokak lezzetlerinin başlıca özellikleri şöyledir;

- Hızlı tüketime uygun ürünler olması
- Rahat erişebilir olmaları
- Ekonomik açıdan diğer gıdalara göre uygun fiyatlı olmaları
- Lezzet açısından zengin olmaları
- Ürünlerin çeşitliliğinin fazla olması
- Etnik mutfakları denemek isteyenlerin ilgi odağı olması
- Bazı lezzetlerin bulunduğu ülke veya bölge ile özdeşleşmiş olması
- Lezzetlerin tanıtımının doğru ve ilgi çekici olması gibi faktörlerin etkisiyle, sokak lezzetleri dünyada oldukça popüler bir tüketim şekli olmuştur.

2.4. Sokak Lezzetleri Alanında Etkinlikler

Yiyecek ve içecek alanında yapılan etkinlikler ve uygulamalar gastronomi alanını gün geçtikçe geliştirmektedir. Dünyanın çeşitli ülkelerinde yapılan gastronomi festivallerini tüm dünya ilgiyle takip etmektedir. Birçok ülkede sokak lezzetlerinin sürekliliğini korumaya yönelik çeşitli stratejiler belirlenmekte ve uygulamaya geçirilmektedir. Sokak lezzetleri birçok ülkede yerel halkın ilgi odağı olmuşken bölgeyi ziyaret eden turistler içinde merak edilen ve deneyimlenen bir sektör olmuştur. Sokak lezzetlerinin tanınması konusunda çeşitli çalışmalar yapılmakta olup bunlardan bazılarını İrigüler ve Öztürk, 2016: 52), aşağıda örneklerle ifade etmiştir.

- Street Food Square Association: Gastronomi alanıyla ilgili olan araştırma merkezleri ve üniversitelerin yardımıyla sokak lezzetlerinin tarihi, içeriği ve ekonomik değeri gibi konularda araştırmalar yapmaktadır.
- Toronto a la Cart Projesi: Sokakta gıda satan satıcılar ile ilgilenir ve ayrıca geleneksel gıdalar satan seyyar satıcıların faaliyetleri ile ilgilenir.
- Michelin Guide ve Sokak Yemekleri: Dünyanın en iyi restoran rehberi olarak kabul edilen Hong Kong Macau rehberine, 2016 yılında sokak lezzetleri ayrı bir kategori olarak eklenmiştir.
- LA Sokak Yemekleri Festivali: Ödüllü şef, restoran, sokak satıcıları ve yemek severlerin bir araya getiren bir organizasyondur.
- Gourmet Food Truck Uygulaması: Gastronomi ve mutfak sanatları alanında eğitilmiş olan şeflerin ekonomik şartlar nedeniyle mekanlarını kapatması sonucu, gurme lezzetlerin normalden daha uygun fiyata yiyecek kamyonlarında sunulmasıdır.
- British Sokak Yemekleri Festivali: Tüm dünyada en iyi yemeklerin Michelin yıldızına sahip restoranlarda olduğu kabul edilmesine rağmen bu harekette en iyi yemeklerin sokaklarda da olabileceğinin gösterilmesi amaçlanmaktadır.
- New York Vendy Ödülleri: Sokak lezzetleri alanıyla ilgili bilinçlendirme amacı taşır.
- Singapur Dünya Sokak Yemekleri Kongresi: Gastronomi alanında ünlü şefler, profesyonel eğitim almış kişiler ve yemek yazarları gibi yiyecek ve içecek

alanının farklı kesimlerindeki insanların katılımının sağlandığı bir etkinliktir (Hasdemir, 2022: 11).

2.5. Sokak Lezzetleri ve Kültür İlişkisi

Toplumların yaşamlarını sürdürebilmelerini sağlayan ve onları diğerlerinden farklı kılan en önemli unsur kültürdür (Bekar ve Zağra, 2015: 58). Toplumlar bazı durumlarda karşılaştıkları problemleri sonuçlandırmak ve ihtiyaçlarını gidermek için bazı araçlara ihtiyaç duydukları ve bu araçların ise kültür olduğu bilinmektedir. (Bandoğlu, 2016: 156). Kültür, toplumların kendilerine has olan maddi ve manevi değerleri olarak tanımlanabilmektedir. İnsanların davranışlarının ve isteklerinin en temel sebebi kültürdür. Bir toplum veya millet içerisinde yetişen her insan, davranışlarını, isteklerini ve toplumsal değerleri çevresi ve ailesi sayesinde öğrenmektedir. Dünya üzerinde yaşamış ve yaşayan her toplumun ortak kültürleri bulunmakta olup bu toplulukların kendilerine veya başkalarına kültürel etkileri bulunmaktadır. Her toplumun gösterdiği kültürel etki ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir (Kotler ve Armstrong, 1999: 219).

Kültürün birçok ögesi olmasına rağmen yiyecek-içecek kültürü ayrıca büyük önem taşımaktadır. Beslenmedeki farklılık sayesinde bir toplumun yaşayış biçimi bile değişebilmektedir. Yemek, bir toplumun kültürünün maddi, manevi ögesidir ve o kültürü farklı şekillerde yansıtabilmektedir (Tezcan, 2000: 15). İnsanlar yaşamları boyunca beslenmek için birçok farklı yolu denemiştir. Yemek, yüzyıllar boyunca sadece karın doyurmak amacıyla değil dini ritüeller, dini törenler, eğlenceler, düğünler, festivaller ve ölümler gibi birçok toplumsal durumda da ön planda olmuştur (Marras ve diğerleri, 2014: 119; Beşirli, 2010: 167). Sokak lezzetleri özellikle ülkelerin yerel mutfaklarına has nitelikler taşıyabilir. Bu yüzden sokakta satılan gıdalar insanların alışkanlıklarına etki edebilir. Sokak lezzetlerinin sosyal ve kültürel mirasın korunması için de önemli bir noktada olduğu bilinmektedir (Polat, 2020: 184)

Her ülkenin kendine özgü yemek kültürü bulursa da farklı kültürlerden de etkilenme durumu oluşabilmektedir. Birçok insan seyahat ettiklerinde ve yaşadıkları yerleri değiştirdiklerinde, yemeklere ilişkin toplumsal kültürün de etkilendiği ve değiştiği görülmektedir (Mnguni ve Giampiccoli, 2022: 1086). Toplumların farklı toplumlardaki yemek kültürlerinden etkilendiği ve bu sayede kendi yemek kültürlerinin de zenginleştiği görülmektedir. Bu zenginleşme toplumların sosyo-ekonomi seviyesini, kültürel

geçmişini, inançlarını, yaşayış biçimlerini ve tüm hepsinin toplamı olan kültürel mirası etkilemektedir (Sağır, 2012: 2680).

2.6. Sokak Lezzetlerinin Dünyadaki Önemi

Sokak lezzetlerinin gastronomiye etkisi dünya çapında bir durumdur. Sokak lezzetleri fast-food yeme şeklinde olduğu gibi genellikle hızlı yenen ucuz gıdalardan oluşmaktadır. Sokak lezzetleri birçok ülkenin yemek kültürü içerisinde yer almaktadır. Bununla beraber az gelişmiş ve gelişmeye devam eden ülkelerdeki halkın beslenmesinde sokakta satılan gıdalar büyük rol oynamaktadır. Tüm dünyada sokak satıcıları genellikle caddelerde, pazar alanlarında, kaldırımlarda, köprülerde ve iş hanları gibi kamuya açık bölgelerde kendilerine yer bulmaktadırlar. Bu durum göz önüne alındığında sokak lezzetlerinin tüm dünyada bölgesel ekonomik kaynaklar olarak sayılabileceği bilinmektedir (Aydın, 2020: 8).

Sokak lezzetleri, gelişmekte olan ülkelerde sosyo-ekonomik faaliyetlerin önemli bir bileşeni olmuştur (Alimi, 2016: 146). Dünya’da “National Association of Street Vendors of India”, “Street Food Square Association” ve British Street Food Association” gibi birçok kuruluş sokak lezzetleri kültürünün sürdürülebilir olması için çok sayıda faaliyette bulunmaktadır. Dünya üzerinde birçok ülkede sokak lezzetleri adına festivaller düzenlenmektedir. Bunlara örnek olarak “Street Eats Food Truck Festival”, “European Street Food Festival” ve “Prague Street Food Festival” gibi organizasyonlar ve etkinlikler gösterilebilir (Henderson, 2009: 317).

1900’lu yılların başlarında ortaya çıkan ve günümüzde de varlığını sürdüren “Maine Istakoz Festivali” için dünyanın her tarafından insanlar katılmakta, bu sayede farklı ülkelerden yapılan ziyaretlerle ülkenin ekonomisinde artışlar görülmektedir. Sokak lezzetlerinin birçoğu yiyeceklerden oluşsa da içeceklerde önemlidir. Avustralya’nın Melbourne kendinde Yemek ve Şarap Festivali ülkeye yüksek sayıda turist çekebilmektedir. Bazı ülkeler kendilerine ait lezzetleri farklı ülkelere tanıtmak ve teşvik etmek için yarışmalar düzenlemektedirler. “British Street Food” ve “New York Vending Awards” gibi etkinliklerde verilen ödüller birçok insanı teşvik etmektedir (Yentür ve Öztürk, 2016: 53).

Avrupa ve Amerika kıtalarında, hızlı ve kolay hazırlanan bir yiyecek olan hamburger sokak lezzetlerine referans olacak bir yiyecektir. Sokak lezzetleri ilk ortaya çıktığı

zamanlarda sadece tezgahlarda seyyar şekilde satılan yiyecekler olmasına rağmen günümüzde sokak lezzetleri kapalı alanlarda da satılabilmektedir. Sokak lezzetlerinin ülkelerin turist potansiyelini arttırdığı bilinen bir durumdur. Özellikle Avrupa ve Asya’da turistlere özel ortak pazarlar ve gece pazarları kurulmaktadır (Choi ve diğerleri, 2013: 223).

Güney Afrika bölgesinin ekonomik açıdan iyi durumda olmayan bir bölge olduğu bilinmektedir. Bu yüzden Güney Afrika’da sokak satıcıları diğer ülkelere oranla daha fazla var olabilmektedir (Gadaga, 2014: 35). Ülkelerde sürekli artan işsizlik dolayısıyla bu durumun görüldüğü söylenebilmektedir. Güney Afrika’nın en büyük kenti olan Johannesburg’da tahminen 15.000 sokakta yemek satan satıcının olduğu söylenmektedir. Güney Afrika’nın önemli ve büyük meydanlarında, istasyonlarda ve dar sokaklarında sokak lezzetlerine ulaşılabilir olduğu bilinmektedir (Aydın, 2020: 9).

Tablo 2. Dünyada Sokak Lezzetlerinin En İyi On Şehri

Conde Nast Traveler, 2016	Fisher, 2016	Heelan, 2014	Bhide, 2013	Daily News, 2013	Virtual Tourist, 2012
İstanbul	Mexico City	Singapur	İstanbul	Rio de Janeiro	Singapur
Tokyo	Marakeş	Mumbai	Marakeş	Boston	Marakeş
Münih	Ho Chi Minh	Hong Kong	Palermo	Mexico	Ho Chi Minh
Singapur	İstanbul	Paris	Paris	Marakeş	Mexico City
Prag	Bangkok	Tel Aviv	London	Fukuoka	Brüksel
Bangkok	Austin	Bangkok	Bangkok	Hong Kong	Bangkok
Hong Kong	New York	İstanbul	New York	Paris	Penang
Budapeşte	Chicago	Mexico	Ho Chi Minh	İstanbul	Palermo
Barcelona	Los Angeles	Kuala Lumpur	Rio de Janeiro	Ottawa	İstanbul
Paris	Berlin	Tokyo	Hong Kong	Berlin	Ambergris Caye

Kaynak: (Yentür ve Öztürk, 2016; Conde Nast Traveler, 2016; Fisher, 2016; Heelan, 2014; Bhide, 2013; New York Daily News, 2013; VirtualTourist, 2012)

Tablo 3. Dünyada Bulunan Farklı Ülkelere Ait Sokak Lezzetleri

Kıta	Ülke	Sokak Lezzeti
Afrika	Etiyopya	İnjera ve wot
	Gana	Fufu, Kenkey, Banku
	Uganda	Matoke
	Fas	Merguez
	Kenya	Mandazi
	Nijerya	Chin Chin
Asya	Hindistan	Chaat, Aaloo tikki
	Güney Kore	Mandu, Gimdap
	Çin	Pekin ördeği, Chuanr
	Endonezya	Nasi putih
	Tayland	Pad Thai
Güney Amerika	Brezilya	Pao de queijo
	Arjantin	Empanadas
	Venezuela	Came mechada
	Meksika	Taco
Orta Doğu	İsrail	Sadikh
	Mısır	Falafel

Kaynak: Fellows ve Hilmi, 2011: 27).

Tablo 4. Avrupa Kıtasında Bulunan Bazı Ülkelerin Meşhur Sokak Lezzetleri

Ülke	Lezzetler
İtalya	Foccacia, Arancini, Piadina
Almanya	Currywurst
İngiltere	Fish&Cips
Türkiye	Kokoreç, Döner, Balık Ekmek
Bosna-Hersek	Cevapi
İspanya	Churros
Yunanistan	Gyros, Souvlaki
Ukrayna	Vareniki
Macaristan	Langos
Belçika	Pommes Frites
Hollanda	French Fries, Kapsalon
Belçika	Waffle
Danimarka	Polse
Fransa	French Crep
Polonya	Zapiekanka

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

2.7. Sokak Lezzetlerinin Ülkemizdeki Durumu

Türk mutfak kültürünün zengin olmasının sebeplerinden birisi yiyecek ve içecek çeşitliliğinin fazla olmasından kaynaklanmaktadır. Geçmişten günümüze kadar birçok toplum ile ilişki içerisinde olan ülke bu sayede etnolojik bağlamda etkileşimde olduğu toplumların kültürlerinden etkilenmiştir. Bu durum şüphesiz mutfak kültürünü de büyük boyutta etkilemiştir (Talas, 2005: 276).

Türkiye, sokak lezzetleri seçenekleri açısından en zengin ülkelerden biri olarak kabul edilmektedir. Türk mutfağı ve bu mutfağın bir parçası olan sokak lezzetleri, sahip olduğu zengin kültürel ve tarihi geçmişi sayesinde komşu Doğu ve Batı toplumlarının bir karışımı gibidir. Türk mutfağı, Hititler, Bizanslılar, Romalılar ve son zamanlarda Selçuklular, Osmanlı, Orta Doğu, İran, Yahudi, Akdeniz ve Balkan mutfaklarından esinlenen bir mutfak kültürü haline gelmiştir (Yentür ve Öztürk, 2016: 53).

Türkiye'nin yaklaşık 15 milyon nüfusa sahip İstanbül şehrinin zengin mutfak kültürü ve tarihsel geçmişi şehrin sokak lezzetlerini önemli bir boyuta taşımıştır. Bu duruma bakıldığında İstanbül'un sokak lezzetlerinden bağımsız olarak mutfak kültürü dünyada en iyi 10 şehirden biri olarak değerlendirilmektedir (Aydın, 2020: 11).

Tablo 5. Türkiye’de Bölgelere Göre Sokak Lezzetleri

Bölge	Sokak Lezzeti
Marmara Bölgesi	Kokoreç, Kumpir, Boza, Midye Dolma, Arnavut Ciğeri.
Ege Bölgesi	Boyo, Kumru, Gevrek, Midye Dolma, Buz badem, Şambali tatlısı.
Akdeniz Bölgesi	Şırdan, Tantuni, Adana Kebap, Künefe, Halka Tatlısı, Bici Bici, Kağıt kebabı, Meyan kökü şerbeti, Şalgam.
Doğu Anadolu Bölgesi	Nohut, Kete, Çiğköfte.
Güney Doğu Anadolu Bölgesi	Çiğköfte, Kuzu Ciğeri, Baklava.
Karadeniz Bölgesi	Hamsi, Akçaabat Köftesi.
İç Anadolu Bölgesi	Çiğ börek, Gobit, Alıç, Ankara simidi, Döner.

Kaynak: (Uzut, 2022: 44).

2.8. Sokak Lezzetlerinin Gelişimi ve Gelişimindeki Sebepler

Dünyada neredeyse her ülkenin şehir merkezlerinde kent nüfusunun artması ve buna bağlı birçok iş ve okul ortamının değişmesi dışarıda ucuz yemek yeme ihtiyaçlarını doğuran sebepler arasındadır. Bu nedenlere ek olarak kişilerin değişen hayat tarzlarının da dışarıda

yemek yemeği etkileyen faktörler arasında olduğu bilinmektedir. Günümüzde insanlar okula, işe giderken veya herhangi bir nedenden ötürü dışarıda bulunurken ucuz yemek yeme ihtiyacı duymaktadır (Buted ve Ylagan, 2014: 54).

Dünyada birçok bölgede sokakta satılan gıdalara yoğun ilgi olsa da bu lezzetler hak ettiği ilgiyi görmemektedir. Sokakta satılan gıdaların satışı diğer kapalı alanlarda satış yapan mekânlara göre daha fazla olmasına rağmen koordinasyonsuz bir şekilde satıldığı için bazı bölgelerdeki lezzetler göz ardı edilmektedir. Bazı ülkelerde satılan sokak lezzetlerinin halk sağlığını tehdit ettiği ve kentin planlanmasına uymadığı gerekçesiyle satışları durdurulabilmektedir. Bu durum ekonomik açıdan güçlü ülkelerde görülmekte olup ekonomik gücü düşük olan ülkelerde görülmemektedir (Nonato ve diğerleri, 2016: 2; Akinbode ve diğerleri, 2011: 155). Bunun yanı sıra düşük ve orta gelirli tüketicilerin birçoğu sokak lezzetlerini tercih etmektedir. İnsanlar için sokak lezzetlerinin tercih edilmesi sadece ucuzluk anlamında olmamasının yanında lezzet, hijyen ve pratiklik konularında da önemli olmaktadır. Dünyadaki birçok ülkede sokakta satılan yiyecekler zaman ilerledikçe değişime ve gelişime uğramıştır (Privitera ve Nesci, 2015: 717).

Dünyadaki hızlı nüfus artışıyla beraber tüketicilerin gıda talepleri de artış göstermektedir. Bu talepler karşılanmaya çalışılırken doğal kaynaklar olumsuz yönde etkilenmektedir (Bagozzi ve diğerleri, 2000: 97). Bu yüzden yerel gıdalara oldukça fazla önem verildiği bilinmektedir. Sokakta satılan yiyeceklerin gelişimi sayesinde ülkelerin mutfak kültürlerine olan ilgi de doğrudan artmakta olup gastronomi sektöründe yeni talepler doğuracağı ön görülmektedir. Bu sebepler sonucunda sokakta satılan yiyecekler ile turizm arasındaki ilişki ekonomik açıdan olumlu etkilenir ve yerel ekonomik kalkınma için zemin oluşturulmaktadır (Solunoğlu, 2018: 25).

Tablo 6. Sokak Lezzetlerinin Geçmişte ve Günümüzdeki Durumu

Geçmişte ve Bugün Gelişmekte Olan Ülkelerde	Bugün Gelişmiş Ülkelerde
Maddi durumu iyi olmayanlar için uygun gıdalar	Yoğun çalışıp zamanı olmayan insanlar için uygun gıda
Eğitim konusunda yetersiz olan insanlar için iş fırsatları	Yiyecek ve içecek ile alakalı eğitim almış insanlar için kendini geliştirmeye yönelik iş fırsatları
Fayda sağlayamayan mavi yakalı sınıfın ilgi göstermesi	Mutfak kültürünü olumlu etkilemek için fırsat
Sağlıksız ekipmanlar	Hijyen ve sanitasyon konusunda eksiksiz ve ilgi çekici sunumlar, seyyar araçlar ve tezgahlar
Yoksul ve zengin sınıf ayrımı	Sınıf ayrımcılığı olmayan tüketimler

Kaynak: (Yentür ve Öztürk, 2016: 52; Newman ve Newman, 2013: 238; Chang ve diğerleri, 2011: 3).

2.9. Sokak Lezzetlerinin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkileri

Çok sayıda insan bulundukları bölgelerdeki ve ziyaret ettikleri yerlerdeki sokak lezzetlerine ilgi duyarlar. Sadece yemeklerin lezzeti değil bulunduğu yerin konumu, kültürü, geleneği ve yerel halkı gibi unsurlarda insanların satın alma davranışlarına ve taleplerine etki etmektedir. İnsanlar sokakta satılan ürünlerin arasından seçim yaparken satın alma davranışları ortaya çıkar. Tüketicilerin satın alma davranışları birbirlerinden farklı olabilmektedir (Türk, 2020: 68).

Satın alma davranışları her insanda farklı olmasıyla birlikte tüketicilerin ihtiyaç algıları, kişisel hisleri, karakterleri, inanç ve alışkanlıkları gibi psikolojik öğelerden etkilenir. Ayrıca satın alma davranışları, tüketicilerin yaşları, cinsiyetleri, maddi gelirleri, meslekleri ve eğitim seviyesi gibi kişisel öğelerden de etkilenmektedir (Khongtong ve diğerleri, 2017: 194; Öztürk ve Tekin, 2020: 16).

Satın alma davranışının devreye girmesi için ilk olarak tüketicide bir gereksinim ortaya çıkması gerekmektedir. Daha sonrasında ise bu gereksinim ile ilgili bilgi aranmakta olup bu işlem devam ederken çeşitli alternatifler belirlenmektedir. Sonrasında ise bir alternatif belirlenerek satın alma davranışı yapılmaktadır. Satın alma davranışından sonra ise tecrübe ortaya çıkmaktadır (İkiz ve Yeşiltaş, 2018: 179).

Günümüzde yaşamın çok sayıda alanında olduğu gibi teknolojik gelişimler ve küreselleşme insanların yemek alışkanlıklarını farklılaştırmıştır. Birçok ülkede özellikle

gelişmekte olan ÷lkelerde insanlar yoğunlukları sebebiyle dışarıda yemek yeme alışkanlığı kazanmıştır. Bu alışkanlıklar sonucunda özellikle iş hayatındaki insanların ve diğer insanların dışarıda yemek yemeye yoğun talebi sebebiyle ÷lkelerin ekonomilerinde önemli derecede değişim gör÷lmektedir ve bu durum yeme-içme kültürüne de yansımıştır (Öztürk, 2022: 32).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: İSTANBUL'DA SOKAK LEZZETLERİ VE ŞEHRİN KÜLTÜRÜNE YANSIMALARI

3.1. İstanbul'daki Başlıca Sokak Lezzetleri

Türk mutfağı tanınmışlık, çeşitlilik ve özgünlük gibi nitelikleri içerisinde barındıran bir mutfak olma özelliğine sahiptir (Hatipoğlu ve Batman, 2014: 63). Türkler geçmişten günümüze kadar yaşadıkları yerlerden özellikle Orta Asya'dan göç ederken gittikleri bölgelere mutfak kültürlerini, yaşayış biçimlerini ve geleneklerini götürmüşlerdir. Bununla birlikte göç ettikleri yerlerdeki mutfak kültürlerinden de etkilenmişlerdir (Uzut, 2022: 45). Türk toplumunun geçmişte hem göçebe hem de yerleşik hayat yaşamış olmaları Türk mutfağının gelişimine ve derinliğine katkı sağlamıştır (Aydoğdu ve Mızrak, 2017: 15). Türk mutfağının özellikle Osmanlı ve Selçuklu dönemlerinde zirveyi yaşadığı bilinmektedir. Yaklaşık 470 yıl süresince Osmanlı İmparatorluğu'na başkentlik yapan İstanbul, tarihi, kültürü, konumu ve doğal güzellikleriyle birçok farklı kültürün buluşma noktası haline gelmiştir (Uzut, 2022: 45).

İstanbul'un mutfak kültürü geçmişten günümüze kadar başta Osmanlı olmak üzere birçok toplumun kültüründen etkilenmiştir. Bu kültür dönemler içerisinde farklılık gösterse de popülaritesini korumaya devam etmektedir. Sokak lezzetleri ise İstanbul'un kültürünün bir parçası haline gelmiştir. Kentin turistik çekiciliği ile birleşen sokak lezzetleri genel olarak şehrin kültürüne etki ettiği bilinmektedir. İstanbul'da birçok bölge farklı sokak lezzetleri kültürüne sahiptir. Eminönü'nde balık ekmek, Taksim'de ıslak hamburger, Unkapanı'nda tavuk pilav, Beşiktaş'ta kokoreç, midye ve Fatih'te boza gibi sokak lezzetleri bulunmaktadır (Öztürk, 2022: 20).

İstanbul şehri gastronomik değerlerini kültürel değerleriyle birleştirmiş ve sokak lezzetleri açısından oldukça zengin kozmopolit bir kent olmuştur. İstanbul'un belirli caddelerinde, deniz kenarlarında ve büyük alanlarda sokak lezzetleri satışa sunulmakta ve birçok insan bu lezzetleri deneyimlemektedir (Mullins ve Schleifer, 2010: 114).

Bu bağlamda Demir ve diğerleri (2018: 596) İstanbul'da sokak lezzetleri üzerine yaptıkları çalışmada, İstanbul'da bulunan sokak lezzetlerini 7 kategoriye bölmüşlerdir. Belirtilen kategoriye ait ayrıntılar Tablo 7'de gösterilmiştir. Tablo 7'ye bakıldığında Demir ve diğerleri (2018: 596) yaptıkları çalışmada İstanbul'da bulunan sokak lezzeti çeşitlerini hayvansal kaynaklı gıdalar, kabuklu ve kabuksuz deniz ürünleri, meyve ve

türevleri, tatlılar, hamur ile yapılan gıdalar, içecekler ve diğerleri olmak üzere 7 kategoriye ayırmışlardır. Bununla birlikte her kategori için sokak lezzetleri örnekleri vermişlerdir. İstanbul’da bulunan sokak lezzetleri ve çeşitlerinin sınıflandırmalarına yönelik literatür araştırmalarına bakıldığı zaman belirtilen konu ile ilgili olarak alan yazında çalışmaların kısıtlı olduğu görülmektedir.

Tablo 7. Gıda Türlerine Göre Sokak Lezzetleri

Gıdaların Türü	Sokak Lezzetleri
Hayvansal Gıda Bazlı Yemekler	Kokoreç, Köfte, Uykuluk, Kelle söğüş, Islak Hamburger, İçli Köfte, Döner, Ciğer.
Kabuklu ve Kabuksuz Deniz Yiyecekleri	Midye dolma, Midye tava, Balık ekmek, Lakerda.
Hamur Bazlı Yiyecekler	Simit, Sarıyer Böreği, Nohut Dürüm
Tatlılar	Osmanlı macunu, Osmanlı lokması, Tulumba tatlısı, İrmik helvası, Halka tatlı.
Meyveler	Badem, Can erik, Çengelköy salatalığı, Frenk yemişi.
İçecekler	Boza, Salep, Şerbet, Turşu Suyu, Kahve
Diğer	Tavuk Pilav, Çiğköfte, Kumpir.

Kaynak: (Demir ve diğerleri, 2018: 596).

3.1.1. Yiyecekler

- **Tavuklu Pilav**

Aydın, (2020: 13)’a göre tüm dünyayı doyuran gıda olarak bilinen “pilav” Çinlilerin mucidi olduğu bir üründür. Çin kültüründe vazgeçilmez bir yeri olsa da yine Orta Asya kökeninden ötürü, Türk mutfağında da önemli bir yere sahiptir. Bunun en büyük nedeni ise Türk mutfağındaki farklı pişirme tekniklerinden kaynaklanmaktadır. Pilavın ana maddesi olan pirinç özellikle Osmanlı mutfağında dolmalarda fazlaca kullanıldığı bilinmektedir. Sokakta yemek satan satıcıların ve pilavın tarihsel geçmiş süreciyle ilgili yapılan çalışmalarda, Osmanlı dönemlerinde İstanbul’da sokak satıcıları pilavlarını koyun ve dana kellesinin suyu ile pişirdikleri görülmektedir. Günümüzde ise halen bu gelenek devam etmekte olup çoğu satıcılar pilavlarını benzer şekilde kemik suyu ile pişirmektedirler. İstanbul’un ilgi odağı olan semtlerinden Unkapanı’nda pilav, semtin popüler sokak lezzetidir. Pilavın ayrıca tavuklu, kuru fasulyeli, nohutlu, kavurmalı, ciğerli ve salatalı gibi çeşitleri de bulunmaktadır. Sadece Unkapanı’nda olmamak üzere İstanbul’un birçok caddesinde ve sokağında seyyar arabalarda ve tezgahlarda pilav satışı yapılmaktadır.

- **Simit**

Dikkaya, (2011: 73)'ya göre Simit sözcüğünün geçtiği en eski kayıtlar 14. yüzyıl civarlarındadır. Bu dönemlerde simidin; 'beyaz ve has un' anlamında kullanıldığı bilinmektedir. Evliya Çelebi'nin unutulmaz eseri Seyahatnamede 17. yüzyıl Osmanlısında simidin İstanbul ve Balkan bölgelerinde sıkça tüketilen bir unlu mamul olduğunu söylemektedir. Ayrıca Evliya Çelebi simidi 'araba tekerliği kadar' olarak ifade etmiştir (Şentürk, 2018: 20). Balkan ülkelerinin büyük bir çoğunluğunda simidin bahsedilen dönemlerde unlu mamul olarak tüketildiği anlaşılmaktadır. 1930'lu yıllardan itibaren balkanlarda yaşayan insanların İzmir'e göçlerinden sonra baskın nüfusun getirdiği yenilikler ile simit, İzmir'de gevrek adını almıştır (Dikkaya, 2011: 73). Balkan ülkelerinin birçoğunda da simide gevrek denilmektedir. Dünyada ise simit ve benzeri ürünler için farklı isimler kullanılmaktadır. Örneğin; Romanya'da Covrigi, Yunanistan'da ise Kuluri denmektedir (Davidson, 1999: 892).

- **Midye Dolma**

Midye dolma, Ülkemizde geleneksel, tüketime hazır olarak satılan bir mezedir. Görkem7 midye dolmayı "ulusal fastfood" olarak nitelendirmiştir. Midye dolmanın gastronomi kültürüne girişi Osmanlı Devleti'nin İstanbul'u fethini takiben gerçekleşmiştir. Bu dönemde pek çok deniz ürününe ait yemek biçimleri yeme kültürümüzün parçası olmuştur. Basılmış ilk Türk yemek kitabı olan "Melceü't-Tabbahin (1844-Mehmet Kamil)" (Aşçıların Sığınağı)'de midye dolma tarifi "Dokuzuncu Fasil- Zeytinyağı ve sağıyağı dolmalar" bölümünde "Midye Dolması" olarak tarif edilmiştir.

Güngörür, (2019: 10)'e göre midye dolmanın gastronomi kültürüne girişi Osmanlı Devleti'nin İstanbul'u fethini takiben gerçekleşmiştir. Osmanlı dönemlerinde deniz ürünleri oldukça fazla tüketilmesiyle beraber midye gibi kabuklu deniz ürünleri de mutfak kültürüne girmiştir. Bu dönemlerde birçok deniz ürününe ait yemek çeşitleri yeme kültürünün bir parçası haline gelmiştir. Basılmış ilk Türk yemek kitabı olan "Melceü't-Tabbahin" (Aşçıların Sığınağı)'de midye dolma tarifi verilmiştir. Günümüzde ise midye dolma genellikle deniz kıyıları gibi yerlerde daha çok tüketilmesine rağmen ülkemizde sokakta tezgahlarda da oldukça fazla satışı yapılmaktadır. Türkiye'de sokak lezzetleri dendiğinde insanların aklına ön sıralarda gelen midye dolmanın yapımı da zahmetlidir. Midye dolma yapımında ilk olarak midyenin kabuklarındaki kirler kazınır ve temizlenir.

Daha sonra soğan, tuz, şeker, pirinç, su ve baharatlar eklenerek iç pilavı hazırlanır. Yapılan iç pilav ile midye doldurulur ve üzerine su eklenerek pişirilip sunuma hazır hale getirilir. Genellikle küçük tezgahlarda satılan midye dolma limon ile servis edilir. Ayrıca günümüzde sıcak ve soğuk olmak üzere birçok çeşidi de ortaya çıkmıştır.

- **Balık Ekmek**

Hasdemir, (2022: 18), Güngörür ve Bostan, (2019: 10)'a göre balık ekmek dendiğinde akla Tarihi Eminönü gelmektedir. Bu sokak lezzetinin kökeni Osmanlı'ya kadar dayanmakta olup günümüze kadar gelmiştir. Osmanlı dönemlerinde balıkçılar teknelerine balık tüketmek isteyen insanları alıp Haliç'e açılmışlardır. Bununla birlikte tuttıkları balıkları taze olarak pişirip teknelerde insanlara servis ettikleri bilinmektedir. Günümüzde ise İstanbul'un vazgeçilmez sokak lezzeti olan balık ekmeğın deniz kıyılarındaki teknelerde satışı yapılmaktadır. Tarihi Eminönü, yerel halkın gözdesi olmuş durumda olmasıyla beraber turistlerin de oldukça fazla ilgisini çeken bir bölgedir. Turistlerin ilgisini çekmek için Eminönü'ndeki balık ekmek satan bazı satıcılar otantik bir ortam hazırlamak için Osmanlı dönemlerinde giyilen kıyafetlerden giymektedirler. Bu bağlamda turistlerin fazlasıyla tercih ettiğı Eminönü'nde birçok tur düzenlemekte olup balık ekmeğın tanıtımı yapılmaktadır. Balık ekmeğın yapımı geçmişten günümüze kadar klasik şekilde devam etmekte olup uskumru balığı ızgarada pişirilip içerisine soğan ve marul eklenerek servis edilmektedir.

- **Tavuk ve Et Döner**

Cebirbay ve Aktaş, (2007: 329)'a göre Döner, Türk mutfak kültürünün tanıtılmasında oldukça önemli bir konuma sahiptir. Dönerin birçok çeşidi olmasına rağmen öncü bir sokak lezzeti olarak tanımlanmaktadır. Dönerin ilk olarak sadece et ile yapıldığı bilinmesiyle birlikte günümüzde tavuk ile de bilinmektedir. Günümüzde ekonomik şartlardan dolayı tavuk döner oldukça popüler hale geldiğı bilinmekte olup tavuğın kırmızı ete göre daha çok tercih edilme sebeplerinden birisiyse ekonomik açıdan uygun olmasıdır. Özellikle tavuk döner Türkiye başta olmak üzere yurtdışında da yaygın bir şekilde tüketilmektedir. Tavuk döner ucuz ve lezzetli olmasına rağmen bazı durumlarda hijyen konusunda olumsuz sonuçlar doğurmaktadır.

(Bostan ve diğerkleri, (2011: 781)'ne göre Et döner, dönerin ilk hali olmasıyla birlikte en lezzetli hali olarak bilinmektedir. Et dönerin ve genel olarak tüm dönerlerin hazırlık

aşamaları benzetmektedir. Etler öncelikle yaprak inceliğinde doğranır veya kıyma haline getirilir, birçok baharat ile harmanlanarak dinlendirilir, daha sonra ise şişlere takılarak odun kömürü ya da elektrikli ısıtıcı makinalarının önünde pişirilmektedir. Et döner ve tavuk döner sade yenmemesiyle birlikte yanında pilav, patates kızartması, salata vb. gibi ürünlerde tüketilmektedir.

- **Kokoreç**

Şimşek, (2018: 394)'e göre Kokoreç, Türkiye’de sokak lezzeti dendiğinde akla ilk sırada gelen bir lezzettir. Kokoreç, Anadolu ve Balkan bölgelerinde koyunun ince bağırsağı ve kalın bağırsağı ile yapılan, şişlere takılarak odun, kömür ateşinde veya farklı pişirme teknikleriyle kızartılan oldukça popüler bir sokak lezzetidir.

Kokoreç ülkemizde özellikle İstanbul’da oldukça popüler bir gıda olmuştur. Genellikle işlek sokaklarda tüketilmesiyle birlikte gece yemeklerinin vazgeçilmezi haline gelmiştir. Günümüzde hemen hemen her köşede kokoreç satan mekanlar bulmak mümkündür. Bununla birlikte sokaklarda bulunan tezgahlarda eski usul kokoreç satışının da yapıldığı bilinmektedir. Bilinenin aksine kokoreç sadece ızgara değil ülkenin farklı bölgelerinde farklı pişirme teknikleriyle (haşlama, tandır, kızartma) kokoreç pişirilmektedir. Ayrıca kokoreç, hijyen konusunda mutlaka dikkat edilmesi gereken bir üründür. (Babaoğlu, 2015: 15).

İnanöz ve diğerleri, (2022: 20)’ne göre, Ayşe Fahriye tarafından 1984 yılında yazılan Osmanlı dönemine ait ikinci basılı yemek kitabı olan “Ev kadını” adlı kitabın, İstanbul 1907 basımı 3. baskısı yeni harflere çevrildiğinde 44 ve 45. sayfalarda “kur kureç” başlığı altında kokoreç tarifinin yer aldığı görülmektedir. Bu tarif, Yunanistan’da Ortodoksların Paskalya bayramında tükettikleri “Kokoretsi”nin yapımına (uzun bir şişte en alta karaciğer takıldıktan sonra üste bağırsak sarılması usulü) benzetmektedir.

- **Ciğer**

Hasdemir, (2022: 18)’e göre Türk mutfakının vazgeçilmezlerinden olan ciğer sokaklarda özellikle Arnavut ciğeri şeklinde satılan bir sokak lezzetidir. Arnavut ciğeri tarihi 15. yüzyıla dayanmaktadır. Rumeli bölgesindeki savaşlar nedeniyle İstanbul’a göç eden Arnavutlar bu lezzeti bulundukları yere tanıtmışlardır. Ciğer hem kuzu hem de dana

olmak üzere tercih edilebilir. Günümüzde ciğer şiş olarak popüler olmasına karşın eski İstanbul’da seyyar olarak Arnavut ciğer satışlarının daha yaygın olduğu bilinmektedir.

- **Köfte Ekmek**

Bozkurt, (2021: 36)’a göre Köfte, Türkiye’de tüm bölgelerde tüketilen ve sevilen ortak bir lezzet olmuştur. Bazı sokak lezzetleri gibi tek çeşit olmamasıyla beraber bölgelere hatta şehirlere göre farklı şekillerde tüketilmektedir. İstanbul’da birçok çeşit bulunmasına rağmen sokak lezzeti olarak “Tükürük Köftesi” bilinmektedir. Tükürük köfte geçmişten günümüze kadar gelmiş özellikle stadyumların kenarlarında satılan bir sokak lezzeti olarak bilinmektedir.

- **Sokak Poğaçası**

Türkiye’de poğaçı kültürü geçmişten günümüze kadar gelmiş ve devam etmektedir. Genelde insanlar işe gitmeden önce hızlı ve ucuz gıdalar tüketmek istemektedir. Bu durumdan dolayı poğaçı özellikle sabah saatlerinde tüketilmektedir. Her fırın veya pastanenin poğaçası farklı olmasıyla birlikte sokaklarda tezgahlarda satılan yağlı sokak poğaçası bu kültürün öncülerindendir (Hasdemir, 2022: 17).

- **Çiğ Köfte**

Çiğ köfte Türk halkı tarafından oldukça sevilen ve tüketilen bir sokak lezzeti olmuştur. Şimşek, (2018: 395)’e göre çiğ köftenin ilk ortaya nasıl çıktığı konusunda çeşitli rivayetler olmasına rağmen kesin bir kanıt yoktur. Özellikle Doğu ve Güneydoğu bölgelerinde sıkça tüketildiği bilinen çiğ köftenin bu bölgelerde ortaya çıktığı tahmin edilmektedir. Çiğ köftenin orijinalinde kırmızı et kullanılmasına karşın günümüzde çiğ etin insan sağlığına zararları olmasından kaynaklı sadece belirli restoranlarda satışı yapılmaktadır. Çiğ köftenin genel bir tanımı olmasına karşın her yörede farklı yapılır. Türkiye’de Urfa, Antep, Adıyaman, Malatya çiğ köftesi gibi farklılıklar görülmektedir.

- **Tantuni**

Türkiye’de tantuni kültürü her bölgeye yayılmış olsa da tantuninin ilk çıktığı yer Mersin’dir. Geçmiş zamanlarda Mersin sokaklarında seyyar sokak satıcıları tablada tantuni satmaktaydılar. Günümüzde ise tantuni satışları çoğu bölgede kapalı mekanlarda yapılmaktadır. Tantuninin orijinali et ile yapılırsa da günümüzdeki ekonomik durumlardan

dolayı tavuk tantuni daha fazla tercih edilen bir sokak lezzeti olmuştur (Hasdemir, 2022: 21).

- **Kestane Kebap**

Kestane, ağaçta yetişen bir meyve olduğundan ötürü iklim koşullarıyla doğrudan ilgilidir. Kestane ağacı, daha çok sıcak iklimi seven bir bitki çeşidi olduğundan ülkemizin coğrafi konumu itibarıyla dört mevsimde de kestane tüketilmektedir. Kestanenin tarihine bakıldığında zaman ilk olarak sağlık sektöründe kullanıldığı görülmektedir. Günümüzde at kestanesi kremi olarak bilinen ürün 16. yüzyılda ilk olarak hasta atların tedavisinde kullanılmış ve bu ismi almıştır. Kestanenin ilk ismi ise Yunanlıların ‘Kastan’ antik kentinden verilmiştir.

Kestane, Türkiye’de özellikle kış aylarının vazgeçilmez sokak lezzeti olmuştur. Kış aylarında İstanbul’un gözde semtlerinden Eminönü, Beyoğlu, Beşiktaş gibi yerlerin meydanlarında küçük tezgahlarda “Kestane Kebap” diye bağırarak sokak satıcıları görmek mümkündür. Kestane tezgahlarında kışın çıkan duman ve koku insanları bu lezzete çekmektedir. Kestanenin pişirilmesi de ayrı bir ustalık gerektirmekte olup pişirimi közde yapılmaktadır (Ballı, 2016: 5).

- **Kumpir**

Kumpir, İstanbul’un gözde semtlerinden olan Ortaköy ile özdeşleşmiş bir sokak lezzetidir. Kumpirin tarihi ise 1900’lu yıllarda Yugoslavya’da fırında pişen patatesin içine salata eklenmesiyle ortaya çıkmıştır. Bulgaristan kültüründen Türk mutfağına giren Kumpir, zaman içerisinde Türk halkının damak zevkine göre düzenlenmiştir. Kumpir, Ortaköy’ün yemek kültürünü baştan aşağı değiştirmiş bir lezzettir. Yerel halktan ziyade turistler İstanbul’a seyahat ettiklerinde mutlaka Ortaköy’de Kumpir yemektirler. Bu tarz lezzetler dünyanın birçok ülkesinde olmasına rağmen Türkiye’de oldukça sık tüketilmektedir (Hasdemir, 2022: 27).

3.1.2. İçecekler

- **Boza**

Arıcı’ya (2017: 186) göre Bozanın genel tanımı şöyledir; “Mısır, darı ve pirinç gibi tahıl ürünleri öğütülmeden önce su eklenerek pişirilmesi ve şeker eklendikten sonra mayalanmaya bırakılmasıyla elde edilen sarımtırak renkli ve koyu kıvamlı içecektir.

Tarihi uzun yıllara dayanan boza, öğütölmüş tahılın alkol ve laktik asit fermentasyonu sonucunda ortaya çıkan ve biranın atası olarak bilinen bir içecek olduğu bilinmektedir (Bozkurt, 2021: 42).

Ergüder, (2019: 7)’e göre tahminen 9000 yıllık geçmişı olduğu bahsedilen bozanın kesin olarak ortaya ne zaman çıktığı bilinmemektedir. “Bereketli Hilal” denilen alan içerisinde yaşamış olan insanların, geleneksel yöntemlerle bozayı üretip tükettikleri tahmin edilmektedir. Geçmiş zamanlarda sokakta satış yapan insanların sokaklarda gezerek metal kaplarda boza satışı yaptığı bilinmektedir. Günümüzde bu gelenek neredeyse kalmamış olup bunun nedeninin ise artık her yerde gıda satan marketlerin olmasından kaynaklandığı bilinmektedir. Günümüzde özellikle İstanbul’da boza, kâğıt bardaklarda satılmaktadır. Bozanın geçmiş zamanlardan beri katı mı yoksa sıva bir gıda mı olduğu tartışılmaktadır. Bu durumdan ötürü boza satan yerler boza bardaklarının yanına kaşıқта koymakta olup bu durum “boza kıvamı” adlı kavramı doğurmuş ve bozayı mutfak kültürüne eklemiştir.

- **Salep**

Şen, (2017: 65)’e göre TDK sözlüğünde salebin tanımı şöyledir; “Sahlepgillerin yumrulu, tek köklü, başak veya salkımlı çiçekli olan Orchis bitkisinin yumru halindeki köklerinden dövölerek işlem yapılan beyaz renkli tozun, şeker eklenmiş süt veya su ile kaynatılmasıyla hazırlanan sıcak içecek” şeklinde tanımlanmıştır.

Salep, ölkemizde kış aylarında ve soğuk havalarda halkın vazgeçilmez içeceği olmuştur. Salebin oldukça lezzetli olmasıyla birlikte sağlık açısından da faydalı olduğu bilinmektedir. Salep güncel olarak genellikle tarçın eklenerek içilmesiyle birlikte zencefilde eklendiğı görölmektedir (Özalp, 2019: 11).

3.1.3. Tatlılar

- **Halka Tatlısı**

Türkiye’nin her bölgesinde yapılan ve tüketilen Halka tatlısı halkın en gözde sokak tatlılarından birisidir. Halka tatlısı ölkemizde ballı, halkalı ve sarı burma gibi adlar ile bilinmesine rağmen en çok “Kerhane Tatlısı” olarak bilinmektedir. Halka tatlısının içerisinde sıvı yağ, irmik, un, tuz ve su bulunmakta olup halka şekli verilen hamurlar kızartıldıktan sonra şerbete batırılarak servis edilir. Halka tatlısı çoğu zaman seyyar

arabalar veya tezgahlarda satılmaktadır. Fakat günümüzde ise genellikle bu tatlı kapalı mekanlarda satışa sunulmaktadır (Tarinç, 2019: 30).

Halka tatlisının “Kerhane” tatlısı olarak anımsandığı ilk yer Karaköy semtidir. 18. yüzyılda yoğun bir liman ve sanayi bölgesi olan Karaköy aynı zamanda genelevlerin sık bulunduğu bir bölge haline gelmiştir. 1884'te, yeni bir düzenlemeyle İstanbul'un ilk genelevleri yasallaştırıldığında, başlangıçta yabancı ziyaretçilere yönelik olan bu bölge, sonraki 137 yıl boyunca kendi halkıyla birlikte çeşitli ülkelerden ziyaretçilerde barındırmaya devam etti.

İstanbul tur rehberi Leyla Çapacı, "Burası eski liman iken, kırsal bölgelerden ve küçük şehirlerden Anadolu esnafı iş için Karaköy'e gelir ve sık sık genelevleri ziyaret ederdi". "Ucuz, lezzetli ve şeker oranı yüksek olan halka tatlısı burada popüler oldu çünkü erkeklere, çalışan kadınları ziyaret etmeden önce ve sonra ihtiyaç duydukları enerjiyi sağladığı söyleniyor" (www.bbc.com, “Baştan Çıkarıcı Tatlı: İstanbul'un Sevilen Kerhane Tatlısı” 10.01.2024).

- **Şam Tatlısı (Şambali)**

Şam tatlısı bilinen en eski tatlılardan birisi olmasıyla birlikte Türk mutfağında önemli bir yere sahiptir. Ana maddesi irmik olan bu tatlının birçok çeşidi de bulunmaktadır. Geçmişten günümüze kadar sokakta seyyar arabalarda veya tezgahlarda satılan bu tatlının geleneksel satışları halen devam etmektedir (Yıldız, 2020, 24).

- **Osmanlı Macunu**

Türk halkının deyimiyle eski İstanbul'u yansıtan bir lezzet olan Macun'un kökeni Osmanlı'ya dayanmaktadır. 1522 senesinde Osmanlı İmparatorluğu'nun padişahı olan Yavuz Sultan Selim'in eşi, Kanuni Sultan Süleyman'ın ise annesi olan Ayşe Hafsa Sultan bu dönemde rahatsızlandığı için dönemin en iyi şifacılarından olan Merkez Efendi yaklaşık 41 çeşit baharatı harmanlayıp bu macunu Ayşe Hafta Sultan'ı iyileştirmek için üretmiştir. İlerleyen zamanlarda iyileşen Ayşe Hafta Sultan bu macunu her sene hazırlatıp halka dağıtmıştır. Halk tarafından da büyük ilgi gören Osmanlı Macunu günümüze kadar gelmiştir. Günümüzde ise seyyar tezgahlarda macun satan sokak satıcısı bulmak zorlaşmış olup macunun yavaş yavaş halkın ilgisini kaybettiği görülmektedir (Bozkurt, 2021: 39).

- **Lokma**

Alyakut, (2020: 381)'a göre Türk mutfağında kendisine yer bulan lokma özellikle özel günlerde Türk halkının sıkça tercih ettiği bir şerbetli tatlı olmuştur. Özellikle Eminönü'nde balık ekmek satan yerlerin hemen dibinde seyyar satıcılar lokma satmaktadır. Bunun en büyük sebebiyse Türk halkının yemekten sonra mutlaka tatlı tercih etmesinden kaynaklanmaktadır. Türk kültüründe lokmanın özel günlerde ayrı bir yeri vardır. Türkler, Anadolu'ya göç ettikten sonra birçok farklı dinden insanlar ile etkileşim içerisinde olmuşlardır. Türkler, Orta Asya'da yaşayan şamanların bazı örf ve adetlerini, İslamiyet'in vurguladığı güzel huylar ile harmanlayıp bazı gelenek ve görenekler üretmişlerdir. Bu zamanlarda Ortodoks komşularının cenazelerinde ve birçok özel günde ırmık helvası yapmışlardır. Ayrıca kandillerde pişi ve helva dağıttıkları bilinmektedir. İlerleyen zamanlarda pişi dönüşüme uğrayıp lokmaya dönüşmüş ve böyle ortaya çıkmıştır.

3.2. İstanbul Sokak Lezzetleri Çeşitleri

Sokak lezzetleri tüm dünyada farklı çeşitlerde olmasıyla beraber bulundukları coğrafi konuma ve bölgelere bağlı olarak birçok şekilde görülebilmektedir. Sokak lezzetleri bulundukları bölgelere göre şekil alsalar da bulundukları bölgelerin yerel kültüründen de etkilenmektedir ve bu etkiyle farklı çeşitlerde de ortaya çıkmaktadır. Sokak lezzetlerinin çeşitleri bu başlık altında, Kraig ve Sen, (2013: 24) tarafından hazırlanan temel gruplandırmaya doğru ve uygun bir şekilde aşağıda ifade edilmiştir.

- **Tek Öğeli Gıdalar**

Sokak lezzetlerinin en basit ve bilinen şekli tek bileşenlerden oluşan lezzetlerdir. Dünyada da insanlar tarafından oldukça fazla tüketilen sokak lezzetlerinde ızgara et, tavuk, balık veya sebze gibi işlenmiş ürünler tek bileşenli yiyecekler grubuna girmektedir. Bu tarz yiyeceklerde genelde et, tavuk, balık vb. gibi tek bir ürüne odaklanılmaktadır.

- **Çoklu Öğelerden Oluşan Gıdalar**

Sokak lezzetlerinin en yaygın olan çeşidi çoklu bileşenlerden oluşan gıdalardır. Tek bir ana tabakta bir veya iki maddeden oluşan farklı lezzetler barındırmaktadır. Dünyanın birçok bölgesinde ortak yiyecekler olarak bilinen hamburger, hot dog, taco gibi ürünlerin üzerindeki baharatlar ve soslar buna örnek gösterilebilmektedir.

- **Doldurulan Yiyecekler**

Doldurulan gıdaların birçok çeşidi olmasıyla birlikte genelde kıyılmış ve çeşitli baharatlarla harmanlanmış ürünler ana maddeyi oluşturmaktadır. Ülkemizin sevilen lezzeti içli köftenin dışı farklı tekniklerle kaplanır ve içi doldurmakta olup doldurulan gıdaların farklı bir çeşidi olarak örnek gösterilebilir. Et, tavuk, balık ve çeşitli sebzelerde farklı tekniklerle doldurabilmektedir.

- **Dürümler ve Ekmek Arası Yiyecekler**

Genellikle insanlar sokak lezzetlerini dürüm veya ekmek arası yiyecekler olarak tanımlayabilmektedir. Özellikle gelişmemiş ve ekonomik durumu iyi olmayan ülkelerde birçok ürün ekmek arası veya lavaş ile tüketilmekte olup tüm yerel halk bu alışkanlığı edinmiştir. Birçok çeşitten yapılan ekmekler ve lavaşların bir tarafı açık bırakılarak içerisine çeşitli yiyecekler yerleştirilip katlanmaktadır. Bu yöntem sayesinde gıdanın içerisine istenilen baharatlar ve soslar kolay bir şekilde eklenmektedir.

- **İçecekler ve İçkiler**

Tüm dünyada genellikle yenilen yemeğe bir çeşit içecek eşlik etmektedir. İnsanlar sokak lezzetlerinin yanında daima bir çeşit içecek veya içkiye ihtiyaç duyar. Bu nedenden dolayı piyasada üretilen ve endüstriyel alkolsüz içecekler barındıran tezgahlar yaygın olmaktadır. Dünyanın da kabul ettiği her bölgede bulunan ortak içecekler (kola, gazoz, meyve suyu vb.) bulunmasına rağmen her bölgenin geleneksel içecekleri de mevcuttur. Çin’de geleneksel çaylar, tropikal ülkelerde çeşitli meyve suları, Avrupa ülkelerinde bira, şarap ve ülkemizde de geleneksel olarak ayran gibi ürünler bulunmakta olup sokak lezzetlerinin yanında vazgeçilmez içecekler olmuşlardır.

3.3. İstanbul Sokak Lezzetlerinin Güncel Durumu ve Gelişimi

Sokak lezzetleri, satıcılar tarafından hazırlanan ve tüketime hazır şekilde satılan yiyeceklerdir. Dünyanın birçok bölgesinde sokak lezzetleri büyük bir öneme sahiptir. Günümüzde sokak lezzetlerinin popüleritesi olumlu yönde artmıştır. Bu artış her bölgede aynı olmamasıyla birlikte ülkelerin refah seviyesi, ekonomisi ve mutfak kültürü bu duruma etki etmektedir.

Günümüzde Türk mutfağı tüm dünyanın bildiği ve merak ettiği bir mutfak haline gelmiştir. Dünyada önde gelen mutfaklardan birisi olarak kabul edilen Türk mutfağı,

Doğu-Batı sentezinin en önemli unsurlardan birisi olmuştur. İstanbul, yüzyıllar boyunca büyük ve önemli medeniyetlere ev sahipliği yapmış ve çok sayıda uygarlığın bağlantı noktası olmuştur. Genel olarak bakıldığında İstanbul'un mutfağının Osmanlı saray mutfak kültüründen etkilendiği görülmekte olup ayrıca Rum, Yahudi ve Ermeni kültürlerinin de etki ettiği görülmektedir. Geçmişten günümüze kadar gelen mutfak kültürleri zaman içerisinde harmanlanarak sokak lezzetlerini ve çeşitlerini ortaya çıkarmıştır. Bahsedilen bütün etkenler birleştiği zaman sokak lezzetlerinin Türk mutfağının gelişiminde büyük rol oynadıkları ve günümüze halen etki ettikleri görülmektedir. İstanbul'un nüfusunun günümüz itibarıyla geçmişe oranla yüksek seviyeye çıkması Anadolu'da yer alan lezzetlerin de burada kaynaşmasına neden olmuştur (Demir ve diğerleri, 2018: 594; Dawson ve Canet, 1991: 135; Haleegoah ve diğerleri, 2016: 91; Girgin, 2019: 8; Cardoso ve diğerleri, 2014: 15; Draper, 1996: 3).

İstanbul'da bulunan sokak lezzetleri günümüz itibarıyla daha çok geleneksel hatlarıyla ön plana çıkmaktadır. Türk mutfağının farklı kültürlerden etkilenmesinden kaynaklı zenginleşmiş yapısı bazı lezzetlerin farklılaşmasına neden olmasıyla beraber günümüzde sokak lezzetleri daha çok geleneksel yapısıyla satışa sunulmaktadır (Akman, 1998: 9). Türk mutfağının kültürünü yansıtan metropol şehri olan İstanbul'un gözde semtlerinden Eminönü'nde balık ekmek, Fatih'te boza, Unkapanı'nda tavuk-pilav, Beyoğlu'nda ıslak hamburger, Beşiktaş'ta kokoreç, midye vb. sokak lezzetleri kültüründe halkın gözdesi olmuştur (Avcıkurt ve diğerleri, 2019: 202). Bu tarz ürünler günümüzde farklı tarzlarda yapılmasına rağmen yerel halk ve turist kesim daima geleneksel versiyonlarını tercih ettikleri bilinmektedir. İstanbul sokak lezzetlerinin rahat ulaşılabilir yerlerde bulunması, hızlı şekilde hazırlanıp tüketilmesi, maddi açıdan fiyatının diğer ürünlere göre ucuz olması ve çeşitliliğinin fazla olması günümüzde bu lezzetlerin halkın ilgisini çektiği ve sokak lezzetlerinin popülaritesini arttırdığı bilinmektedir. (Gök, 2019: 29).

3.4. İstanbul'da Sokak Lezzetleri Satıcıları ve Kullandıkları Ekipmanlar

Yiyecek ve içecek fark etmeksizin sokakta gezilerek veya belirli bölgelerde seyyar araba, tezgâh ve açık dükkân vb. gibi yerlerde satışı yapılarak insanların sokak lezzetlerini deneyimlemesini sağlayan kişilere "sokak lezzeti satıcıları" denmektedir (Gezen ve Dönmez Polat, 2017: 120).

İstanbul’da sokak lezzetlerinin popüler bir yemek kültürü olmasına rağmen sokak lezzeti satıcılarının bir kısmı sattıkları ürünün tarihsel bilgisine sahip değildir. Bunun aksine sokak lezzeti satıcıları arasında sattıkları sokak lezzetleri hakkında tam donanımlı olanlar da vardır. Sattıkları ürünlerin geçmişi hakkında bilgi sahibi olan sokak satıcıları diğerlerine göre daha fazla ön plana çıkmaktadır (Njaya, 2014: 46). Bu bilgilere sahip olmayan bazı sokak lezzeti satıcıları ise geleneğinden kopmuş olmalarıyla birlikte birçok bölgede bayilik açarak sattıkları lezzetin geçmişini unutmuşlardır (Dawson ve Canet, 1991: 136; Ackah ve diğerleri, 2011: 191).

İstanbul’da bulunan sokak lezzetleri satıcıları bu kültürün mirasçıları olmakla birlikte sokak lezzetlerini geleceğe aktaracak kişilerdir. Sokak lezzeti satıcıları bu lezzetlerin geçmişten günümüze kadar nasıl geldiği, üretildiği ve tüketildiği hakkında bilgi sahibi olan insanlardır. Sokak lezzeti satıcılarının genel bir satış şekli olmamasıyla birlikte toplumların yemek alışkanlıkları, kültürel ve sosyal özellikleri de bu satışların şekliyle doğrudan ilişkilidir. Örneğin; Eminönü’ndeki sokak lezzeti satıcısı ile Nişantaşı’ndaki sokak lezzeti satıcının tarzları ve sunum şekilleri farklılık göstermektedir. Günümüz itibarıyla sokak lezzetlerinin dünyaya tanıtılmasında sokak satıcılarının büyük bir rolü olmasıyla birlikte turizme olan katkıları da yadsınamaz durumdadır (Gezen ve Dönmez Polat, 2017: 120). Sokak lezzeti satışları bulunduğu bölgenin ekonomik yükselişinde olduğu kadar, bir kentin sosyal ve kültürel kimliğini de yansıttığı için oldukça değerlidir (Gavcar ve diğerleri, 2006: 134).

Sokak lezzetlerini şehirlerde yaşayan insanların yanı sıra bölgelere yeme-içme veya seyahat amacıyla gelen turistlerde sık tercih etmektedir. Bu tercihin sık olmasında sokak satıcılarının da aktif rol oynadığı bilinmektedir. Sokak satıcılarının sattıkları ürünlerin bir geleneği ve kültürü var ise satıcılar tüketicilerin ilgisini çekmek için zaman zaman konsepte uygun kıyafetler giyebilmektedir. Bunun yanında satıcılar sattıkları lezzetlerin sunumlarını özelleştirirler ve ortama uygun mâniler ve şarkılar söyleyebilirler. Bu eklentiler sayesinde sokak satıcıları, yerel halkla birlikte turistlerin de dikkatini çekmektedir. Geçmişte bazı insanlar sokakta gezerken parasız olsalar da bazı lezzetleri yiye-bilmekte ve ödemeyi daha sonra yapacaklarını söyleyebilmektedirler. Bu durum günümüzde azalsa da yine de satıcılar ve tüketiciler arasında bir güven duygusunun kurulmasında yardımcı olabilmektedir (Kurt, 2018: 24). Sokak satıcılarının birçok olumlu yönleri olsa da bu işin bazı olumsuzlukları da mevcuttur. Bunlar mevsimlerin getirdiği

zorluklar, olumsuz fiziksel koşullar, maddi gelirin yetersiz olması, uzun çalışma saatleri ve zabıta ile yaşanan problemlerdir (Bayraktar ve Zencir, 2019: 1376).

Sokak lezzetleri satışı yapan satıcılar veya üreticilerin kullandıkları ekipmanlar zaman içerisinde değişime uğramıştır. Sokak lezzetleri satıcıları daha çok sokaktayken kolayca yanlarında götürebilecekleri; seyyar tabla, mini tezgâh ve arabalar ile servis yapmışlardır. Günümüzde ise bu araç-gereçler kullanılmasına rağmen daha çok ekonomik açıdan değeri az olan kullan-at biçimindeki ekipmanlar tercih edilmektedir. Güncel olarak kullanılan seyyar araçlar ve ekipmanlardan aşağıda kısaca bahsedilmiştir.

- **Seyyar El Arabası**

Seyyar el arabaları geçmişte sıkça günümüzde ise nadiren sokak satıcılarının kullandığı önemli ekipmanlardan birisidir. Genellikle dört ayaklı seyyar el arabalarının, üstü açık ya da camlı bir yapısı olup satışı yapılan sokak lezzetlerini içerisinde saklamaktadır. Seyyar el arabaları günümüz İstanbul’unda fazla sık görülmese de tarihi yapıları olan ve geleneksel sokak lezzetleri satışı yapılan bölgelerde görülmektedir. Bahsedilen araçlarda en çok simit, poğaç, kokoreç, köfte ekmek, tavuk-pilav ve tatlı çeşitleri satılmaktadır. Bu tarz geleneksel ekipmanların kullanılması bazı durumlarda olumlu veya olumsuz şekilde sokak lezzetlerine ve satıcılarına yansımaktadır. Bazı insanlar bu tarzdaki sokak lezzeti satışı yapılan araçların ürünleri iyi korumadığını ve hijyenik olmadığını düşünmektedir. Seyyar el arabalarındaki sokak lezzeti satışları kuralına uygun yapıldığında ise turistlerin bile gözdesi olabilmektedir (Hasdemir, 2022: 13; Lues ve diğerleri, 2006: 320).

- **Alüminyum veya Tahta Tepsiler**

Bu tarz tepsilerin en büyük kolaylığı açılabilen ayakları olmasıdır. Bu durumdan sokak satıcıları rahatlıkla tahta ve alüminyum tepsileri taşıyabilmektedir. Genellikle bu tarz tepsiler midye dolma satışlarında görülmekte olup simit, poğaç vb. gibi hamur bazlı ürünlerin satışında da görülebilmektedir. (Girgin, 2019: 22).

- **Seyyar Kokoreç Arabaları**

Kokoreç satışları özellikle geçmişte sık bir şekilde seyyar arabalarda yapılmaktaydı. Günümüzde ise daha çok kapalı mekanlarda satışlar yapılmakta olup bazı bölgelerde geleneği koruma adına arabalarda satışlar yapılmaya devam edilmektedir. Genellikle üç

tekerlekli arabalarda, kokoreç kömürle pişirilerek satışı yapılmaktadır. Bu tarzda arabaların alt kısmında gizli hazneler bulunmakta olup bu hazneler sayesinde kömür ile pişirme yapılabilir. Kokorecin ana maddesi olan bağırsak metal şişlere geçirilerek ızgarada pişirilmektedir. Her kokoreç arabasında doğrama tahtası bulunmakta olup bu tahtalarda çeşitli malzemelerin ve kokorecin doğrama işlemi yapılmaktadır (Girgin, 2019: 23).

- **Seyyar Pilav Arabaları**

Sokak lezzetlerinin öncülerinden olan pilavın satışı geçmiş zamanlarda da seyyar araba tarzı ekipmanlarda yapılmaktaydı. Günümüzde ise birçok ürünün geleneksel halinden kopmasına rağmen seyyar arabalarda pilav satışları halen özellikle İstanbul'da yapılmaktadır. Pilav satışı yapılan arabalarda alttan ısıtma ve su haznesi bulunmakta olup pilav benmari usulüyle ısıtılmaktadır. Pilavın nemli ve taze kalması için ise arabaların üst kısmında saca benzer araç-gereçler bulunmaktadır. Pilav arabalarında genellikle ayrı kaplarda nohut ve tavukta bulunmakta olup isteğe göre servis edilmektedir (www.foodinlife.com, "İstanbul Sokak Satıcılarının Kullandıkları Seyyar Araçlar" 11.08.2023).

- **Sabit Araç-Gereçler**

Sabit araç-gereçler genellikle sabit duran tezgahlar ve büfe benzeri minik alanlar olarak bilinmektedir. Bunlar gibi sabit ekipmanlar genel olarak sokak aralarında ve cadde kenarlarında görülmektedir. Mini büfe tarzındaki küçük yerlerde genellikle tost makinası bulunmaktadır. Tost, sosisli, sandviç ve taze sıkılmış meyve suyu gibi ürünler bu işletmelerin vazgeçilmezidir (Bozkurt, 2021: 26).

3.5. İstanbul Sokak Lezzetlerinde Hijyen ve Sanitasyon

Tüm dünyada bir yemek kültürü olarak kabul görmüş sokak lezzetlerinde hijyen ve sanitasyon önemli bir unsurdur (Lues ve diğerleri, 2006: 319). Dünya üzerinde farklı çeşitlerde hastalıklar olsa da çoğunluğu gıda kökenli hastalıklardır (Alimi ve Workneh, 2016: 243). Gıda kaynaklı hastalıkların en bilineni ise gıda zehirlenmesidir. Bu durum gıda tedarik zincirindeki eksiklikler ve hatalardan kaynaklanmaktadır. Gıda tedariği ve alt yapıdaki sorunlar birleştiğinde ortaya ciddi hastalıkların çıktığı gözlemlenmektedir (Solunoğlu ve Nazik, 2018: 43).

Her ülkenin yaşama biçimi, ekonomisi, kültürü ve refah düzeyi farklı olmaktadır. Gelişmiş ülkelerde sokak lezzetleri satışlarında hijyen ve sanitasyon eksiksiz olmaktadır. Gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerde ise sokak lezzetlerinde hijyen problemleri görülebilmektedir. Özellikle İstanbul gibi fazla turist ziyareti alan ülkelerin hijyene dikkat etmesi gerekmektedir. Sokak lezzetlerinin hijyen seviyesinin düşük olması insanların gıda tercihlerine yansımakta olup tereddüt etmelerine olanak sağlamaktadır. Bu tereddüt ve olumsuzluk karşısında yerel halk ve turistlerin sokak lezzetlerini satın alma motivasyonlarında azalma eylemi görülmektedir (Ballı, 2013: 207; Bektarım ve diğerleri, 2019: 679).

Sokakta satışı yapılan yiyecekler ve içecekler konusunda özellikle İstanbul'da hijyen koşulları geçmişte de olduğu gibi günümüzde de önemli bir sorun olmaya devam etmektedir. Hijyen koşulları bakımından sokakta satılan gıdalarda risk faktörlerinin yüksek seviyede olmasıyla birlikte gıda zehirlenmeleri bu durumu kanıtlar niteliktedir (FAO, 2009). Sokak lezzetleri satışı yapan yerlerde sağlık koşullarına uyulmaması sonucunda başta zehirlenme olmak üzere çeşitli hastalıkların ortaya çıktığı bilinmektedir. Sokak satıcılarının gıdalara olumsuz etki etmeleri eğitim düzeylerinin, hijyen ve sanitasyon konusunda bilgilerinin yetersizliğinden kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda sokak lezzetlerinin belirli temizlik kuralları ve hijyen şartlarını taşımaması halk sağlığı bakımından riskli bir durum olmaktadır (Sünnetçioğlu ve Yıldırım, 2019: 2803).

Sokak lezzetlerinin hijyen ve sağlık durumu insan sağlığı yanında ekonomi ve turizm bakımından da oldukça önemlidir. Günümüzde insanlar sokak lezzetlerinde hijyene dikkat etmelerine rağmen bu lezzetlerin ekonomik açıdan uygun ve ulaşılabilir olması hijyenin önüne geçebilmektedir. Özellikle ekonomik açıdan kötü ve refah seviyesi düşük gelişmemiş ülkelerde hijyene önem verilmediği bilinmektedir (Yıldırım ve Albayrak, 2019: 1088). Bu bağlamda Akşit (2019: 58) yaptığı araştırmada sokak lezzeti tüketicilerinin bu lezzetleri hijyenik bulmamasına karşın memnuniyet seviyesi ve kalite konularında önemli derecede olumlu oldukları sonucuna ulaşmıştır. Yapılan araştırmada bu durumun sebebinin; sokak lezzeti tüketicilerinin demografik verilerde gelir düzeylerinin düşük olduğu, hijyenle alakalı kaygılarını dikkate almadıkları ve sokakta tükettikleri lezzetlerde psikolojik ve sosyolojik tatmin hisleri olduğu belirtilmiştir (Akşit, 2019: 58).

3.6. İstanbul Sokak Lezzetlerinin Boyutları

Sokak lezzetleri tüm dünyada kabul görmüş bir yemek kültürü olmakla beraber etkilediği ve etkilendiği birçok boyut bulunmaktadır. Sokak lezzetleri genel olarak geçmişten günümüze kadar tarihi bir süreç geçirmiş olup güncel durumu bulunduğu bölgeler için birçok unsuru etkilemektedir. Sokak lezzetleri sağlık, ekonomik, iletişim ve kültürel boyutları açısından değerlendirilebilmektedir.

3.6.1. Ekonomik Boyutu

WHO küresel seviyede yaptığı bir çalışmada; dünyada bazı ülkelerin katılımı sonucunda bu ülkelerin %74'ünde sokak lezzetlerinin kentsel açıdan gıda tüketiminin önemli bir yeri olduğunu belirtmiştir. Bununla beraber sokak lezzetleri bazlı gerçekleştirilen bazı araştırmalarda gelişme sürecinde bulunan ülkelerde ev dışındaki gıda harcamalarının %20 ile %25'inin sokakta yemek harcamalarını oluşturduğu ve nüfusun bazı kesiminin tamamen sokakta satılan lezzetlerden tükettikleri sonucuna ulaşılmıştır (Öztürk, 2022: 34).

Sokak lezzetlerinin tüm dünyada bulunduğu ülkelerin veya bölgelerin ekonomisine önemli katkılar kazandırmasının yanında içerisinde barındırdığı geleneksel yiyecek ve içeceklerle de kültürel ve turistik bir simge durumuna gelmiştir (Bhowmik, 2005: 2256; Moy, Hazzard ve Käferstein, 1997: 125) Sokak lezzetlerinin popüler olduğu ülkelerde sokak ve ticaret ekonomisinin istihdama önemli derecede etki ettiği bilinmektedir. Sokak lezzetleri özellikle gelişmekte olan ülkeler için finansal yapıya pozitif yönde katkı sağlamaktadır. Dünyanın birçok bölgesinde sokak lezzetleri satan yerler genellikle küçük işletmeler şeklinde olmasına rağmen istihdam açısından yüksek profilde olmaktadır. Bu tarz işletmelerin dünyada nadiren var olmasına karşın ülkemizde aile bireyleri ile işletmelere iş gücü sağlanmaktadır. Bu durum maliyet azaltma konusunda oldukça önemli bir unsur olarak karşımıza çıkabilmektedir (Solunoğlu ve Nazik, 2018: 42).

Sokak lezzetleri bulunduğu bölgedeki mekânların ekonomilerine turistik çekicilik sağlamaktadır ve bu sayede yerel ekonomi pozitif etkilenmektedir (Birdir ve Akgöl, 2015: 58). Sokak lezzetleri satışı yapan bazı işletmeler özellikle turistlerin ilgisini çekmek adına sokak lezzetleri tanıtımlarına oldukça fazla yatırım yapmaktadırlar. Sokak lezzetlerinin normal yemeklerden farklı olarak bazı bölgelerle ve halkla özdeşleştiği için gastronomik

çekiciliğe sahip oldukları söylenebilmektedir (Gezen ve Dönmez Polat, 2017: 122; Hasdemir, 2022: 36).

Sokak lezzetleri, yiyecek ve içecek sektörü içerisinde ekonomik açıdan önemli gelir kaynağı oluşturmalarının yanı sıra alternatif beslenme türleri bakımından da kaynak oluşturduğu bilinmektedir. Birçok ülkede yerel halk sokak lezzetlerini beslenme alışkanlığı haline getirmesi sebebiyle fazla sayıda genç nüfusa iş olanağı sağlayarak bölgelerin ve bireylerin ekonomisine katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda sokak lezzetleri bulunduğu bölge adına önemli bir ekonomik dinamikler oluşturmaktadır. Halk ve turistler için ise yerel sokak lezzetleri ucuz ve kolay bir şekilde deneyimlenebilir halde olmaktadır (İğdır, 2020: 57).

3.6.2. İletişim Boyutu

Sokak lezzetleri genellikle ayaküstü bir şekilde hızlı tüketildiği için tüketiciler arasındaki iletişimleri ve sosyal paylaşımları olumlu yönde etkilediği bilinmektedir. Turistler ise sokak lezzetlerini deneyimlerken bulundukları ülkeye veya bölgeye ait yemek kültürünü ve geleneksel lezzetleri tanıma isteğinde bulunmaktadırlar. Bunları yaparlarken de bulundukları bölgelerdeki halk ile iletişimde bulunmakta ve bölgeleri gözlemlemektedirler. Bu sayede ise bölgelerin kültürlerini tanıyabilmektedirler (Ballı, 2016: 4).

Günümüzde ise yemek kültürü birçok insanın iletişimine etki etmektedir ve bu etki lezzetlerin bulunduğu bölgelere yansımaktadır. Özellikle gastronomi ve mutfak sanatları içeriği barındıran dergilerde sokak lezzetleri ile alakalı öneriler bulunmaktadır (Ballı, 2016: 4). Sokak lezzetleri içerikli televizyon programlarının güncel olarak yaygın olması da bu lezzetler ile ilgili farkındalıkları önemli derecede arttırmaktadır (Isaacs, 2014: 196).

Gastronomiyi olduğundan farklı olarak bir iletişim biçimi şeklinde gören Yılmaz (2016: 16)'a göre gastronomi, gıdaların hazırlık aşaması, pişirilmesi ve sunulması yanında görsel açıdan da estetik olan ve insanların görsel algısına hitap eden bir iletişim biçimidir.

Yemeğin temel özelliğinin insanların açlık ihtiyacını karşılaması olmasına rağmen bazı durumlarda içerisinde farklı simgeler de barındırmaktadır. Orta Çağ'da yemek asaletin ve gücün simgesi olduğundan gösterişli bir iletişim aracı haline gelmiştir. Yemekler geçmişten günümüze kadar sosyal statü göstergesi olarak sembolleşmiştir. Bu bağlamda

yemekler çoğu zaman görsel iletişim bakımından güçlü araçlardan birisi haline gelmiştir (Dündar Arıkan ve Ekincek, 2016: 19).

Günümüzde dünyanın bazı ülkelerinde sokak lezzetleri satışı yapılırken tarihe ve ortama uygun geleneksel kıyafetler giyilmektedir. Özellikle ülkemizde bu durum güncel olarak devam etmektedir. Görsel iletişim öğelerinden birisi olan bu tarz geleneksel kıyafetler tarih boyunca hayatın sosyo-kültürel bir parçası olmuştur. Osmanlı döneminde ise bu tarz kıyafetler hiyerarşi ile alakalı mesajlar vermek nedeniyle kullanılmıştır ve bu sayede görsel iletişimin önemli bir parçası haline gelmiştir (Hasdemir, 2022: 36).

3.6.3. Sağlık Boyutu

Sokak lezzetlerinde sağlık konusu önemli olmakla beraber güncel olarak yerel halkın ve turistlerin dikkat ettiği bir unsur olmaktadır. Dünyada sokak lezzetleri satışlarının artmasıyla birlikte talep de artmıştır. Bundan dolayı gıdalardan kaynaklı hastalıkların ekonomik, toplumsal ve gıda güvenliği açısından hem halk hem de devletler için ön planda olduğu söylenebilmektedir. Sokak lezzetlerinde gıdaların kalitesiyle alakalı sorunların olması, olumsuz ve uygunsuz şartlar altında saklanması, sokak lezzetleri satıcılarının hijyen ve sanitasyon şartlarına uymaması sokak lezzetleriyle alakalı birçok hastalığın ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir. Sokak lezzetleri satışlarında kullanılan gıdaların tazeliği ve doğru kullanımı, satış yapılan işletmelerin hijyeni ve sanitasyonu, kullanılan araç-gereçlerin temizliği gibi etkenler doğru yapılmadığı takdirde sağlığın bozulmasına sebep olabilmektedir (Kılıç ve Girgin, 2021: 123; Rheinländer ve diğerleri, 2008: 952).

Sokakta satılan lezzetlerin üretim aşamalarında kullanılan gıdaların nasıl temin ve muhafaza edildikleri dikkat edilmesi gereken unsurlardandır. Ayrıca lezzetlerin ortaya çıkmasında kullanılan malzemelerin denetimleri önem teşkil etmektedir. Bu gibi durumların dikkate alınması gerektiği ve bunlarla alakalı düzenlemelerin yapılması gerektiği bilinmektedir (Eren, 2020: 28).

Sokak lezzetlerinin güvenilir olması her açıdan bu yemek kültürüne fayda sağlamaktadır. Sokakta satışı yapılan lezzetlerde kullanılan malzemelerin kalitesinden depolanmasına kadar olan süreç gıda güvenliğini etkilemektedir. Sokak lezzeti üreticileri ve satıcıları işletmelerinde gıda güvenliğini tehlikeye atacak durumlardan kaçınmaları gerekmektedir.

Özellikle üretimdeki malzemelerin kalitesinin düşük olması ve uygunsuz koşullarda saklanması gıda güvenliğini tehlikeye sokabilmektedir (Rane, 2011: 100).

3.6.4 Kültürel Boyutu

Kültür, tarih içerisinde toplumların gelişimiyle ortaya çıkan medeniyetlerin kendisine özgü olan maddi ve manevi değerler bütünüdür (Zorlu ve Keskin, 2017: 73). Dünyada yer alan her bölgenin birbirlerinden farklı kültürleri ve gelenekleri vardır. Kültür, geçmişten günümüze kadar toplumların oluşmasına yardımcı olan bir kavram olmasıyla birlikte toplumu oluşturan bireylerin ortaklaşa hayatlarının ve davranışlarının tümü olarak açıklanabilmektedir. Kültür, zaman içerisinde oluşan topluluklarda yaşayan insanların öğrendikleri bilgiler, gelenekler, görenekler, alışkanlıklar, yetenekler ve sanatı içeren bir bağlantı noktası olarak görülmektedir (Çılgınoğlu ve Çam, 2021: 143).

Kültürler hayatın her alanında bulunmasıyla birlikte beslenme açısından da önemli bir yere sahiptir. Günümüzde farklı toplumlardaki sokak lezzetlerinin belirli bir kısmının kültürel bir karakteri bulunmaktadır. Toplumların mutfak kültürlerinin oluşması ve gelişmesi hangi gıdaların nasıl ve ne şekilde ortaya çıktığına dair bilgiler içermektedir. Bu bağlamda mutfak kültürünün bir bileşen olarak sosyal yapı içerisinde tamamlayıcı bir öge olduğundan bahsetmek mümkündür. Dolayısıyla ülkemizin mutfak kültürü açısından zengin olmasına coğrafi konumu, tarihi yapıları, iklimi ve çok sayıda kültüre ev sahipliği yapmış olması gibi etkenler etkilemiştir (Aksoy ve Sezgi, 2015: 80). Geçmişten günümüze kadar gelen bazı lezzetler bulundukları toplumların kültürlerine işlemiş ve o toplumda yeni bir yemek kültürü olarak ortaya çıkmıştır. İnsanlar yaptıkları yemek tercihlerinde sadece ne yediklerine bakmamalarıyla birlikte sosyal ve kültürel açıdan da kendisine yer bulan yemekleri tercih edebilmektedirler (Bayrakcı ve Tuncay, 2020: 163).

Dünyanın her yerinde yemek yeme alışkanlığı ve yemeklerin türleri toplumların kültürleriyle yakından ilişkilidir. Toplumların bulundukları bölgelerin özellikleri ve sosyo-kültürel değerleri yemek alışkanlıklarına doğrudan etki etmektedir. Günümüzde sokak lezzetleri yemek kültüründe önemli bir yer tutsa da geleneksel lezzetler çok daha fazla ön plana çıkmaktadır. Bunun en büyük sebebi ise bir kültüre adanmış lezzetler sadece yerel halk tarafından değil dünyanın her yerindeki insanların da ilgisini çekebildiğinden kaynaklanmaktadır. Turistler seyahat ettikleri bölgelerde farklı kültürlerle karşılaşmayı beklemektedirler. Bu bağlamda toplumların yaşam tarzlarını

yansıtan kültürel uygulamalar birçok turistin deneyimleri bakımından oldukça önemli bir yer tutmaktadır (Tinker, 1999: 328; Polat ve Gezen, 2017: 120).

Sokak lezzetleri genel olarak bulunduğu bölgenin yerel halkının kültürel açıdan yemek çeşitliliklerini ve değerlerini yansıtmaktadır. Bu sayede sokak lezzetleri, turistlerin bölgelere yaptıkları ziyaretlerde yemek mekânları seçiminde heyecan verici bir motivasyon kaynağı olabilmektedir. Yiyecek-içecek kültürünün medeniyetlerin kültürel özelliklerinden etkilendiği ve geliştiği bilinmekte olup bu durumun nesiller boyunca aktarıldığı bilinmektedir. Bu nedenlerden dolayı yiyecek ve içecekler somut ve soyut kültürel miraslar olarak değerlendirilmiştir (İğdır, 2020: 56).



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

4.1. Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın kapsamını, İstanbul'da bulunan sokak lezzetleri satıcıları, üreticileri ve tüketen halk oluşturmuştur. Sokak lezzetleri satıcıları ürünlerini el arabalarında, motorlu araçlarda, tezgahlarda ve tabla gibi nesneler üzerinde satarlar. Bu araçlar da materyal kültür kapsamında gösterilecektir. Araştırma sokak lezzetlerini satanlarla beraber üretenler ve tüketenleri de kapsamıştır.

4.2. Araştırmanın Soruları

Araştırma soruları aşağıdaki gibidir:

1. Sokak lezzetlerinin yemek kültüründeki değişen yeri nedir?
2. İstanbul'un kendi içerisinde sokak yemekleri bakımından bölgelere göre farklılık var mıdır? Her iki durumda da nedenleri nelerdir?
3. İstanbul sokak lezzetlerinin sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik ve tarihsel açıdan değişimi, şehrin kültürel kimliğinin biçimlenmesinde nasıl bir rol oynamaktadır?
4. Sokak lezzetlerinin bulunduğu bölgeye kültürel açıdan etkileri nelerdir? Bu lezzetler şehrin kültürünü yansıtabilir mi?
5. İstanbul sokak lezzetlerinin tarihten aldığı bir kazanım var mıdır? Var ise hangi öğeler yardımıyla bu durum gerçekleşmektedir?

4.3. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

Bu araştırma konuya ilişkin sokak lezzeti satıcıları veya üreticilerinden elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır. Araştırma ile ilgili varsayımlar şu şekilde sıralanabilir:

- Görüşme yapılan sokak lezzeti satıcıları veya üreticilerinin sattıkları lezzetler hakkında bilgileri olduğu ve bu lezzetlerin tarihi geçmişini bildikleri kabul edilmiştir.
- Görüşmeye katılan sokak lezzeti satıcıları veya üreticilerinin verdikleri yanıtlar doğru olarak kabul edilmiştir.

Her çalışmada olduğu gibi bu araştırmada da çeşitli sınırlılıklar bulunmaktadır. Bunlar;

- Araştırma, İstanbul özelindeki sokak lezzetleri mekanlarındaki görüşmeler ile sınırlıdır.

- Araştırma, katılımcılara uygulanan yarı-yapılandırılmış görüşme formu ile sınırlandırılmıştır.
- Araştırma, İstanbul’un yoğun nüfuslu ve turistik önemine göre en yoğun olan Eminönü, Beşiktaş, Fatih ve Beyoğlu bölgelerinde yapılmıştır.
- Araştırma, İstanbul’un gözde semtlerinden Eminönü, Beşiktaş, Fatih ve Beyoğlu’ndaki sokak lezzeti destinasyonları ile sınırlandırılmıştır.
- Araştırma, Ocak 2023 ve Aralık 2023 dönemi ile sınırlıdır. Farklı dönemlerde kişilerin düşünceleri ve fikirlerinin değışmesi mümkün olmasından ötürü, araştırma sonucunda elde edilen veriler bu dönem ile sınırlandırılmıştır.
- Araştırma, İstanbul sokak lezzetlerini deneyimleyen tüketiciler ile sınırlandırılmıştır.

4.4. Araştırma Verilerinin Toplanması ve Analizi

Araştırma nitel bir çalışma olduğundan dolayı toplanan veriler “içerik analizi” yöntemiyle analiz edilmiştir. Veri seti yalnızca çalışma kapsamında belirlenen yarı-yapılandırılmış görüşme formu üzerinden ve karşılıklı sohbet tarzında görüşmelerden alınan verilerden oluşturulmuştur. Veriler toplandıktan sonra araştırmanın amacına uygun şekilde tema ve kodlar geliştirilmiştir.

Saha çalışmasında toplanan veriler ses kayıtları, yazılı notlar, fotoğraflar, gazete küpürleri ve internet sitelerinden alınmış, bilgisayar ortamına aktarıldıktan sonra Word ve Excel yardımıyla kategorilere ayrılıp analiz edilmiştir. Analiz edilen veriler daha sonra kendi içerisinde ayrılmış, bu sayede kullanılacak temalar ve kodlar ortaya çıkmıştır. Toplanan verilerin kategorize edilmesiyle oluşan bazı kodlar veya alt kodlar, temalara dönüştürülmüştür. Belirtilen aşamalar uygulanırken veri setine sadık kalınmış ve toplanan bulgular veriler sonucunda ortaya çıkmıştır.

Araştırma verilerinin toplandığı Eminönü, Beşiktaş, Fatih ve Beyoğlu semtlerindeki sokak lezzeti satıcılarının veya üreticilerinin çoğunun kayıt altına alınabilmesinden ötürü ölçüt örneklem yöntemi kullanılmıştır. Fakat her satıcı veya üreticiye ulaşmak maliyet ve zaman açısından mümkün olmadığı için bazı yerler gazete küpürleri ve internet sitelerine yönlendirme yapmışlardır.

4.5. Araştırmanın Deseni

Araştırmaya katılan kişilerin bilgilerini aktarmak nitel araştırma ile mümkün olmuştur. Araştırma deseni çalışmanın yaklaşımını belirleyen ve birçok aşamanın tutarlı olmasını sağlayan bir strateji olmuştur (Yıldırım ve Şimşek, 2019: 24).

Creswell ve Creswell (2017: 14) nitel araştırmayı, insan yaşamındaki sorunlara ilişkin bilgileri, konuyla ilgili literatüre dayalı sorular sorarak insanlardan toplanan bilgileri keşfetme ve yorumlama yöntemi olarak tanımlamaktadır. Ayrıca araştırmacıların bu bilgileri çıkarımlar yapmak ve daha genel temalar oluşturmak için kullandıklarını da belirtmektedir. Araştırma yöntemlerini niteliksel ve niceliksel olarak sınıflandırmanın yanı sıra, araştırma tasarımları aynı zamanda tanımlayıcı araştırma, nedensel araştırma ve keşfedici araştırma olarak da sınıflandırmaktadır. Nitel araştırma keşfedicidir çünkü literatürde konu hakkında genellikle fazla bilgi bulunmamaktadır. Davranışların, tutumların, düşüncelerin veya diğer olayların ardındaki mekanizmaları açıklamak veya anlamak için bu yaklaşıma ihtiyaç olmaktadır (Taylor ve diğerleri, 2015: 29).

Bu araştırma kapsamında araştırmanın gidişatının belirlenmesine dair stratejiyi belirlemek için içerik analizi kullanılması, çalışmanın planlı bir şekilde yürütülmesine olanak sağlamıştır. Bu araştırmada İstanbul'un Eminönü, Fatih, Beyoğlu, Beşiktaş semtlerindeki sokak lezzeti satıcıları veya üreticilerinin, sokak lezzetleri hakkında fikirleri olan, sattığı veya ürettiği lezzet hakkında bilgili ve deneyimli, bulunduğu bölgeyi bilen ve sokak lezzetleri hakkında tarihsel bilgi aktarımı yapabilecek insanlardan seçilmiştir. Araştırma nitel bir çalışma olarak belirlenmiş olup, araştırmanın konusu gereği sokak lezzetlerinin araştırılması için yüz-yüze görüşmeler yapılması gerektiğinden ötürü çalışmada içerik analizi desen olarak kullanılmıştır.

4.6. Araştırmanın Örneklemi

Örneklem açısından İstanbul'un yoğun sokak lezzeti barındıran mekânlara sahip olmasından ötürü, İstanbul'da seçilecek dört bölgede saha çalışması yapılmıştır. Amaçlı örneklem çeşitlerinden birisi olan ölçüt örneklem yöntemi ile İstanbul'da bulunan sokak lezzetleri işletmelerindeki üreticiler, tüketiciler ve satıcılar ile görüşülmüştür. Görüşmeye katılan üretici veya satıcıların sokak lezzetleri alanına hizmet ediyor olmaları araştırmaya dahil edilmek için bir ölçüt olarak alınmıştır. Bunun sebebiyse katılımcıların mekânlardaki sokak lezzetlerinin ve lezzetlerin şehrin kültürel kimliğini anlatabilmesi

önemlidir. Görüşmeye katılan katılımcıların kimliğinin deşifre edilmemesi için gerçek isimleri araştırmada kullanılmamıştır. Kendilerine kodlar verilerek, her bir katılımcı “katılımcı” kelimesinin kısaltması olan “K” harfi ile kodlanmıştır ve görüşme yapılma sırasına göre numaralandırılmıştır. Katılımcılardan alınan onayların bazıları ses kayıtlarında bazıları belirtildi, bunun dışında veri toplanan katılımcıların satış yaptıkları yerler fotoğraf altına alındı, ayrıca bazı katılımcılardan yoğunluk dolayısıyla izin alınamamıştır. Elde edilen verilerin üçüncü şahıslarla paylaşılmayacağı ve sadece bilimsel amaçlarla kullanılacağı katılımcılara belirtilmiştir. Ayrıca diledikleri zaman görüşmeden çekilebilecekleri de belirtilmiştir.

4.7. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği

Bu yöntemle yazılmış, geçerlilik ve güvenilirlik sonuçları elde edilmiş araştırmalar göz önüne alınarak, bu araştırma kriterlere uygun bir şekilde yapılmıştır. Çalışmanın geçerlilik ve güvenilirlik konusunda nitel bir yöntem olan yüz-yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu teknik kullanılarak katılımcılara yarı-yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak sorular aynı biçimlerde yönetilmiş olup görüşmenin gidişatına göre sorular farklı türlerde de şekillenmiştir (Türnüklü, 2020: 550). Bu çalışma sürecinde yüz-yüze gerçekleştirilen görüşmeye katılan kişilere sorulan soruların aynı sözcüklerle yöneltmesine dikkat edilmiştir. Ancak, görüşmeye katılan kişilerin soruları anlayamadığı veya farklı şekillerde yorumladığı anlaşıldığında sorulan sorular farklı biçimlerde tekrar açıklanarak, katılımcının soruyu anlayabilmesi için sorular sohbet tarzına uyarlanıp farklı şekillerde yöneltmiştir. Katılımcılardan alınan cevaplar ses kayıtlarına veya yazıya dökülürken, güvenilirlik basamağı ve tutarlılık sağlaması dikkate alınmıştır. Yapılan görüşmelerdeki en önemli nokta, kaydedilen bilgilerin aktarılışında katılımcıların sunduğu gerçekliğin doğru ve güvenilir bir şekilde sunulmasıdır (Türnüklü, 2020: 553).

Güvenilirlik, verilerin ve yorumlama yöntemlerinin güvenilirlik ve geçerlilik seviyesini yükseltmek için gerekli bir adım olarak nitel araştırmalarda kullanılmaktadır (Polit ve Beck, 2014: 19). Güvenilirliğin çeşitli ölçütleri ve tanımları içerisinde, Lincoln ve Guba (1985: 9), en iyi bilinen ölçütlerin güvenilebilirlik, inandırıcılık, doğrulanabilirlik ve aktarılabilirlik olduğunu söylemektedir. Toplanan verilerin güvenilirliğini artırmak için araştırma için görüşülen kişilerin dürüst cevaplar vermesi çalışma için büyük önem

taşımaktadır. Görüşmelere katılan katılımcıların kimlik bilgileri, gerçek düşüncelerin aktarılması amacıyla ayrışamayacak şekilde gizlenmiştir.

Merriam, (2013: 21), Nitel araştırmalarda veri güvenilirliğini yükseltmenin araştırmacının inanırlığıyla da ilişkili olduğunu söylemiştir. Bu kapsamda yapılan görüşmelerde çalışmanın amacı düzgün ve anlaşılır bir biçimde anlatılmıştır. Ayrıca görüşmelerde daha gerçekçi ve doğru bilgiye ulaşmak için katılımcıların isimlerinin herhangi bir şekilde açıklanmayacağı ve gizli tutulacağı belirtilmiştir. Katılımcıların gönüllü olmalarının teyit edilmesi geçerlilik ve güvenilirlik açısından önemli bir unsurdur (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 19).



BEŞİNCİ BÖLÜM: İSTANBUL SOKAK LEZZETLERİ ÜZERİNE SAHA ÇALIŞMASI BULGULARI

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden birisi olan yüz yüze görüşme tekniği ve yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Bu teknikler kullanılarak elde edilen veriler, menülerinde başlıca ürünleri sokak lezzeti olan toplam 17 yiyecek-içecek işletmesinden elde edilmiştir. Bu veriler içerik analizi yöntemi ile değerlendirilerek araştırmanın bulguları oluşturulmuştur.

Görüşme soruları hazırlanırken literatürde yer alan benzer çalışmalardan yararlanılmıştır. Buna bağlı olarak, araştırmanın amacına uygun bir şekilde tema ve kodlar geliştirilmiş olup araştırmanın sorularına göre planlanmıştır. Araştırmada ortaya çıkan önemli ve dikkat çekici kısımlar belirlenen tema ve kod başlıklarında vurgulanmış olup italik ve tırnak içerisinde doğrudan aktarılmıştır. Bunlara ek olarak, ortaya çıkartılan verilere yönelik şema, tablo ve şekiller oluşturularak analizlerin daha akıcı ve anlaşılır olması sağlanmaya çalışılmıştır. Araştırmanın amacı, yöntemi ve önemi giriş kısmında belirtilmiştir.

Araştırma kapsamında İstanbul'da sokak lezzetlerinin oldukça fazla popüler olduğu Fatih, Eminönü, Beyoğlu ve Beşiktaş semtlerinde bulunan 1 balıkçı, 1 lokmacı, 1 kestane-mısırcı, 1 bozacı, 1 büfe, 1 köfteci, 1 pideci, 1 şekerçi, 1 simitçi, 1 ıslak hamburgerci, 1 içli köfteci, 1 söğüşçü, 1 pilavcı, 1 turşucu, 1 dönerci, 1 börekçi ve 1 kokoreççiden oluşan 17 farklı sokak lezzetleri satan mekân ziyaret edilmiştir ve bu mekânların sahipleri, yöneticileri ve çalışanları ile görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşmelerde yarı-yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış olup görüşme sırasında bu sorularda değişiklikler yapılmıştır.

Tablo 8. Sokak Lezzeti Üreticileri ve Satıcılarının Demografik Özellikleri

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Şehir	Eğitim Durumu
K1	Erkek	34	İstanbul	Üniversite
K2	Erkek	38	İstanbul	İlkokul
K3	Erkek	27	İstanbul	Lise
K4	Erkek	32	İstanbul	Üniversite
K5	Erkek	30	İstanbul	Lise
K6	Erkek	52	İstanbul	Lise
K7	Kadın	25	İstanbul	Üniversite
K8	Erkek	51	İstanbul	Üniversite
K9	Kadın	28	İstanbul	Üniversite
K10	Erkek	37	İstanbul	Lise
K11	Erkek	38	İstanbul	Lise
K12	Erkek	54	İstanbul	Lise
K13	Erkek	63	İstanbul	İlkokul
K14	Erkek	51	İstanbul	Lise
K15	Erkek	50	İstanbul	Lise
K16	Erkek	58	İstanbul	Lise
K17	Erkek	41	İstanbul	Üniversite

K: Katılımcı Adı**Tablo 9. Sokak Lezzetleri İşletmeleri ile İlgili Genel Bilgiler**

Katılımcı	İşletme Kuruluş Tarihi	İşletmenin Konumu	Konsept	Başlıca Ürün
K1	1945	Eminönü	Deniz Ürünleri	Balık Ekmek
K2	2005	Eminönü	Tatlı	Lokma
K3	2003	Eminönü	Atıştırmalık	Kestane-Mısır
K4	1968	Beyoğlu	Sakatat	Kokoreç
K5	1876	Fatih	İçecek	Boza
K6	1945	Fatih	Fast-Food	Tost-Sosisli
K7	1893	Fatih	Fast-Food	Köfte Ekmek
K8	1964	Fatih	Ana Yemek	Pide
K9	1777	Fatih	Tatlı	Şeker-Lokum
K10	1968	Beyoğlu	Kahvaltı	Simit
K11	1972	Beyoğlu	Fast-Food	Islak Hamburger
K12	1972	Beyoğlu	Atıştırmalık	İçli Köfte
K13	1890	Beyoğlu	Sakatat	Söğüş
K14	1856	Beyoğlu	Ana Yemek	Pilav
K15	1938	Beşiktaş	Salamura	Turşu
K16	1973	Beşiktaş	Fast-Food	Döner
K17	1963	Beşiktaş	Kahvaltı	Poğaç-Börek

K: Katılımcı Adı

Tablo 10. İstanbul Sokak Lezzetleri Üzerine Saha Çalışması Bulgularına Yönelik Faktörlerin Temalaştırılması ve Oluşturulan Kodlar

Temalar	Kodlar
İstanbul Sokak Lezzetlerine Tarihsel Yaklaşım	• Nesilden Nesile Aktarım • Eski Gelenekler • Hatıra/Bellek • Popülerlik
İstanbul Sokak Lezzetlerini Etkileyen Faktörler	• Coğrafi Konum • Kültürel Oluşumlar • Değişimler
İstanbul Sokak Yemeklerinin Genel İçeriği	• Tarladan Sofraya • Sakatatın Değeri • Denizin Kalbi • Saf Lezzet • Ustalığın Önemi
Tüketicilerin Gözünden İstanbul Sokak Lezzetleri	• Seçimlerdeki Parametreler • Gelenekselliğin Kültüre Etkileri • Kültürel Çehreyi Yansıtan Lezzetler

Tema 1: İstanbul Sokak Lezzetlerine Tarihsel Yaklaşım

Bu tema içerisinde Sokak lezzetleri hakkında genel bilgi seviyesine ve sokak lezzetlerinin yiyecek-içecek sektöründeki yerine dair geniş bir bakış açısıyla değerlendirilmesine yönelik kodlar oluşturulmuştur.

Kod 1. Nesilden Nesile Aktarım

Katılımcılara “*Sattığınız veya ürettiğiniz sokak lezzetinin tarihsel bir geçmişi var mı? Günümüzde herhangi bir değişikliğe uğramış mı?*” sorusu yöneltilerek sokak lezzetlerinin tarihsel geçmişi ve değişimi hakkında farklı türlerde bilgi ve görüşler aktarılmaya çalışılmıştır. Soruya ilişkin cevaplar genel olarak sokak lezzetlerinin tarihsel geçmişi ve uğradığı değişimleri içermektedir. Buna bağlı olarak konu hakkında K1, K6, K7, K8, K10 adlı katılımcıların görüşleri şöyledir:

K1: “*Balık ekmeğin bir tarihsel serüveni var. Biz üç kuşaktır bu işi yapıyoruz. Dedelerimiz 1940 yılında İstanbul Fatih’e gelmişler burada Küçükpazar semtine*

yerleşmişler. Kendilerine küçük bir sandal alıp Eminönü'ne sebze-meyve satmaya gelmişler. Daha sonraları kendileri için pişirdikleri balıkları yoğun istek üzerine satmaya başlamışlar bu sayede Eminönü'nde balık ekmek kültürü günümüze kadar gelmiş. Geçmişten günümüze kadar gelen süreçte balık ekmekte asla hiçbir malzeme değişmedi. İlk zamanlarda da Uskumru balığı kullanılmış halen Uskumru balığı kullanıyoruz. Norveç Uskumrusu derin denizlerde yetiştiği için diğer balıklara göre daha yağlıdır bu da lezzetini arttırır bu yüzden kullanıyoruz.”

K6: “Eskiden İstanbul'da öyle günümüzdeki gibi her yer büfe değildi. Tek tük genelde merkez yerlerde vardı. Saraçhanede o zamanlar yerleşim yoktu. Bizim büfemiz 1988 yılında açıldı fakat farklı yerleşim yerlerinde ilk açılışı 1945. Biz buraya geldiğimizde Fatih meydanında hiçbir şey yoktu. Burada sadece itfaiye birlikleri ve itfaiyecilerin merkezleri vardı. Buranın açılış sebebi itfaiyecilere hitap etmek içindir. Büfe ilk açıldığında sadece tost ve şerbet vardı. Şu an günümüzde olan birçok ürün yoktu. Genelde 1990'lı yıllarda sosisli ve limonata eklendi, o dönemlerde birçok insanda şu an olduğu gibi Batı hayranlığı vardı ülkeye yavaş yavaş Avrupa'da meşhur olan yemekler gelmeye başladı bu durum özellikle sosisli için geçerli daha sonra da yemekler menüye eklenmeye devam etti. Büfe ilk açıldığında sattığımız tostun aynısını satıyorum hiçbir değişiklik yok tabii şerbet gibi ürünlerin popülerliği kaybolduğu için artık menülerde bulunmuyor. Kola, Fanta gibi içecekler ülkeye geldiğinden beri geleneksel içeceklerin yeri kalmadı bu yüzden artık şerbete rağbet olmuyor.”

K7: “İstanbul'da çok fazla köfte çeşidi var fakat bizimkisi en eskisi diyebiliriz. Burası bir aile işletmesi biz 5.kuşağız. 19.yüzyılda Balkanlardan Anadolu'ya çok yoğun göçler olmuş. O zamanlarda büyük büyük dedemiz Mehmet Saltuk Filibe kentinden İstanbul'a göç etmiş. Burada Babıali'de ilk dükkanı açmış ve buranın temelini atmıştır. Köftemizin ne etinde ne de başka bir malzemesinde değişiklik yok. İlk köfte tarifi nasılsa bugün de böyledir.”

K8: “Bizim pidemizin büyük bir tarihi var. Fatih'in en eski pidecisiyiz. 1964 yılında rahmetli dedemiz Necmi Dilaver tarafından burası açıldı. Burası ilk açıldığından ilk kullanılan ekşi maya halen kullanılmaya devam ediyor bu yüzden pidenin tarihsel bir durumu var. Maya hiçbir zaman değişmez bizde. İlk açıldığında pek çeşit yoktu 3-4 çeşit vardı fakat günümüze ayak uydurmamız gerektiği için şimdi çok fazla çeşidimiz var.

Günümüz gençleri her malzemeyi yemiyor, eskiden bize sadece buranın sakinleri ve esnafı gelirdi şimdi Türkiye'nin her yerinden geliyorlar. Özellikle kadınlar çok yağlı olduğu için kavurma, kıyma gibi pideleri yemiyor sebze ya da peynirli pide istiyorlar bu yüzden menü eskisi gibi değil. Kullandığımız fırın bizden de eski, yaklaşık 120 yıllık bir fırın kullanıyoruz. Fırın bize gelmeden önce başka yerlerde kullanılmış bu yüzden çok eski. Ustalarımızda eski ustalarımızdır ilk zamanlardan beri buradalar. Dedemizin yetiştirdiği 2 ustamız 35 senedir burada çalışıyor.”

K10: *“Başlangıç 1950’lerde dede tarafından yapılıyor. Tokattan gurbetçi olarak geliyorlar. Tophanenin simitçisi oluyorlar. Daha sonra bütün aileyi buraya getiriyor ve herkes aynı işi yapmaya başlıyor. Dedemiz çalıştığı fırına 1968’de ortak oluyor ve fırın komple ailenin oluyor. Simit 1950’lerde nasıl yapılıyorsa şu anda da öyle yapılıyor. Malzemesinde tarifinde hiçbir şeyinde değişiklik yok. Burası İstanbul’un en eski tescillenmiş, marka patentli yapılmış simit fırınıdır. Simit tüm Türkiye’de yapılmasına rağmen bizim simidimiz Beyoğlu’nda bir kültür haline geldi.”*

Kod 1 Nesilden Nesile Aktarım Bulgularının Analizi

Katılımcıların belirttiği görüşlerin geneli değerlendirildiğinde, sokak lezzetlerinin birçoğunun tarihsel bir geçmişe sahip olduğu ve gelenekselliklerini koruduğu tespit edilmiştir. Katılımcılar tarafından bahsedilen sokak lezzetlerinin bulundukları bölgeyle uyum içerisinde olduğu ve bölgenin kültürünü etkilediği belirlenmiştir. Sokak lezzetlerinin tarihlerindeki değişim ve gelişim dikkat çekerken katılımcıların birkaçının değerlendirmeleri baz alınarak 3 başlık incelenmiştir;

- 1. İşletmelerin tarihi bölgelerde olmaları:** Katılımcıların birçoğu işletmelerinin İstanbul’da tarihsel geçmişi ve kültürü olan bölgelerde olduğunu belirtmiştir. Bu özelliklerle sahip olan bölgelerde oldukları için sokak lezzetlerinin bölgelerle özdeşleşmiş olduğunu belirtmişlerdir (K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15, K16, K17).
- 2. Ürünlerin gelenekselliği:** Katılımcılardan bazıları sattıkları veya ürettikleri sokak lezzetlerinin geçmişten gelen geleneksellik durumundan dolayı günümüzde de çok büyük ilgi odağı olduğunu belirtmektedirler (K1, K2, K3, K10, K14).

3. Sokak lezzetlerindeki değişimler: Katılımcıların birkaçı ürettikleri veya sattıkları sokak lezzetlerinin zamanla birlikte değişime uğradığı ve farklılaştığını belirtmiştir (K4, K6, K9, K17).

Bunlara bağlı olarak katılımcıların günümüzde sokak lezzetlerinin popülarlığının köklü oluşlarında saklı olduğunu belirttikleri tespit edilmiştir. Bu duruma bakıldığında Eminönü, Fatih, Beyoğlu ve Beşiktaş semtlerinde satılan sokak lezzetlerinin tarihsel bir geçmişı ve tarihi bölgelerde olmalarının onlara katkı sağladığı anlaşılmaktadır. Bütün bunlar dikkate alındığında sokak lezzetlerinin tarihi bölgelerde olmalarının şehrin kültürüne etki ettiği ve bu etki sayesinde popülaritesinin arttığı görülmektedir. Tarihsel yerlerin daha turistik, merkezi ve kalabalık olması bu duruma etki etmiştir.

K1 Bulguları Analizi: Balık-Ekmekte kullanılan balığın Uskumru olmasının nedeni diğer balıklara göre daha yağlı olmasıdır. Balık ekmek ilk çıktığı zaman nasıl satılıyorsa günümüzde de aynı şekilde devam ettiği ve değişime uğramadığı tespit edilmiştir.

K6 Bulguları Analizi: Fatih semtinde bulunan tarihi büfenin bölgedeki itfaiye birliğine hitap etmek için açıldığı belirlenmiştir. Ayrıca büfenin ilk zamanlarında ülkenin yerel lezzetleri var iken Avrupa ve Amerika gibi bölgelerde popüler olan yiyecek ve içeceklerin zaman ilerledikçe menüde yer aldığı görülmüştür.

K7 Bulguları Analizi: Ziyaret edilen yerin köfte tarifinin Balkanlardan geldiğı ve güncel olarak halen orijinal tarif ile aynı olduğu tespit edilmiştir.

K8 Bulguları Analizi: Fatih semtinde ziyaret edilen pidecinin günümüzde de aynı tarif ile devam ettiği ve özellikle işletmenin ilk açıldığında kullanılan ekşi mayanın halen kullanılmasının kilit nokta olduğu belirlenmiştir. Zaman ilerledikçe popüler gastronomi akımlarına ayak uydurabilmek için pide çeşitlerinin vejetaryen, vegan vb. gibi akımlara uyumlu olması için menüye eklendiğı tespit edilmiştir.

K10 Bulguları Analizi: Simit tarifinin orijinal şekliyle devam ettiği ve bu tarz ikonik ürünlerin aile işletmeleri sayesinde bir kültür haline geldiğı tespit edilmiştir.

Kod 2. Eski Gelenekler

Katılımcılara “*Sattığınız veya ürettiğiniz sokak lezzetinin tarihsel bir geçmişı var mı? Günümüzde herhangi bir değişikliğe uğramış mı?*” sorusu yöneltilmiş olup bu soruya

gelen cevapların bir kısmının gelenekler ile ilgili olması ışığında kod oluşturulmuştur. Buna bağlı olarak konu hakkında K4, K5, K13 adlı katılımcıların görüşleri şöyledir:

K4: *“Kokorecin Yunanlardan gelme bir kültür olduğu söylenir fakat ben Makedon göçmeni olduğum için Makedonlarda da kokoreç kültürünü gördüm. Kokoreç bence sokak lezzetlerinin bir numaralı yiyeceğidir. Yunanlarda bildiğim kadarıyla kokoreç özel ve dini günlere yapılırdı. İlk ortaya çıktığında bir ateşin üstünde şişe takılarak pişirildiği söylenir fakat zaman geçtikçe pişirme yönteminde değişiklikler görüldü artık kokoreç yana yatık şekilde metal şişlere sarılıp yapılıyor. Ayrıca günümüzde kokorecin sadece ince bağırsak ile yapıldığı biliniyor, bu yanlış bir bilgi. Gerçek kokorecin içerisinde ince bağırsağın yanında uykuluk, boğazlık, mumbar ve çözdde olur. Günümüzde sayılı kokoreççiler gerçek kokoreç satıyor çoğunlukla merkezi bölgelerde olan kokoreçler diğerlerine göre daha kaliteli oluyor. Kokoreç İstanbul’a ilk geldiği zamanlarda kapalı mekanlar ve el arabaları olmadığı için sokak satıcıları üzerlerine kuşak geçirip tuz, kağıt, bez ve çuval içerisinde ekmek ile panayır yerlerine ve yazlık sinemaların olduğu yerlere gidip orada satış yaparlardı. Toplamda iki şiş kokoreç satılırdı. İki şiş kokoreci pişirmek için geceden mangallar yakılırdı sabaha kokoreçler tandırlandırmış bir şekilde çıkardı. Ardından ekmek açılır kokoreç tuzlanıp içerisine konur ve sunum yapılırdı, baharatlar ve farklı malzemeler kokorecin içerisine sonradan eklenmiştir. Kokoreç Türkiye’ye savaşlar ve göçler sebebiyle Makedonlardan gelmiştir. Etçilik, sütçülük, muhallebicilik, zerbavatçılık gibi meslekler Arnavut ve Boşnak insanların yani Makedonlardan gelmiştir. Aslında Yunanlıların yaptığı kokoreç değildir. Yunanlar kendi yaptıkları ürüne zaten kokoreç demiyorlar. Her bağırsakla yapılan yemek, kokoreç değildir. Kokorecin belirli bir ana formu vardır günümüzde çok kez değiştirilmiş ve tahrip edilmiştir. Fakat Rumların yaptığının adı “Kokoretsi”dir. Kokoretsi “Koçan” anlamına gelen bir kelime kökeninden gelmektedir. Yunan medeniyeti 2 veya 3 farklı usulde kokoreci yaparlar. İlk usulde yağ yerine böbrek kullanırlar, ikinci usulde böbrek, dalak ve akciğer kullanır.”*

K5: *Boza, eski bir geleneğin günümüze ulaştığını yansıtır. İstanbul’da en yaygın tüketilen boza türü, buranında kurucusu olan Hacı Sadık Bey tarafından bulunmuştur. Hacı Sadık Bey, 1870 yılında Arnavutluk Prizren’den İstanbul’a geldikten sonra şehrin esnaflarının da boza sattığını görüyor. Hacı Sadık Bey o dönemlerde farklı tarifler denemiş ve bugün en fazla tüketilen tür olan bozanın kıvamını yakalamış. Hacı Sadık Bey bozayı kendi*

evinin altında üretmiş. 5-6 yıl boyunca özellikle gece saatlerinde kış mevsimlerinde saray ve çevresini gezerek, omzunda taşıdığı bakır güğümle boza satmıştır.

K13: “Belki de Beyoğlu’nun en eski sokak lezzetçisi biziz. Beyoğlu balık pazarında yaklaşık 130 yıldır hizmet vermekteyiz. Beyoğlu’nda 3.kuşak kelle söğüşçü olarak devam ediyoruz torunlardan dolayı 5 kuşakta diyebiliriz. Bizim kapalı bir yerde olduğumuza bakmayın geçen sene böyle bir geçiş yaptık yaklaşık 132 yıldır camekan arabada yani seyyarda satış yapmaktayız ki seyyar arabamız hala hizmet veriyor. Bizim kelle söğüşümüz ilk nasıl yapıldıysa öyle devam ediyor hiç değişiklik yok. Bizim lezzetimiz burada bir kültür haline geldi. Türkiye’nin birçok yerinde kelle söğüşün içinde beyinde olur fakat bizde yok, bizde dil, yanak ve gözyağı var. Beyin sakatat olarak geçmez beyin bir iç organdır. Ayrıca beynin pişirimi de farklıdır kellenin pişirmesi gibi değil içerisine ekstradan defne yaprağı, sirke gibi şeylerin girmesi gerekir. Kelle Söğüşün anayurdu Orta-Asya’dır. Türkler oradan Anadolu’ya geldiklerinde bir kısmı Rumlaşmış, bir kısmı Hristiyan, kalanlarda Müslüman olmuş. Onlar buraya geldiklerinde Niğde’de iki köye gelmişlerdir. Birisi Kırkağaç diğeri ise Ulu ağaç köyüdür. Ulu ağaca yerleşen Rumlar, kelle söğüşü buraya getirmişlerdir.”

Kod 2 Eski Geleneklere İlişkin Bulguların Analizi

Araştırmaya katılan katılımcıların belirttikleri görüşlere bakıldığında, sokak lezzetlerinin büyük bir kısmının eski geleneklere bağlı kalarak bir kültüre dönüştüğü tespit edilmiştir. Katılımcıların verdikleri bilgiler ışığında geleneklere bağlı sokak lezzetlerinin tarihsel bir durumunun olduğu da belirlenmiştir.

K4 Bulguları Analizi: Kokorecin ilk çıktığı yerin Yunan medeniyeti olduğu bilinse de kokorecin Makedon kültüründe ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Kokoreç ülkemize savaşlar ve göçler aracılığıyla Makedon ülkelerinde yaşayan insanların getirdiği belirlenmiştir. Yunanlıların bağırsak ile yaptığı ürünün kokoreçten farklı bir ürün olduğu ve içerisinde böbrek, akciğer gibi farklı sakatatlarında bulunduğu ayrıca pişirme yöntemlerinin bilinenin aksine farklı şekilde olduğu tespit edilmiştir. Günümüzde kokoreç satıcılarının orijinal tarife bağlı kalmayıp kokorece farklı ürünler eklediği ve bunun sonucunda kokorecin orijinal halinin tahrip edildiği anlaşılmıştır.

K5 Bulguları Analizi: Bozanın günümüzde olduğu gibi İstanbul gecelerinde bir kültür haline gelmesi eski yıllara dayanmakta olduğu görülmektedir. İstanbul esnaflarının

1800'lü yılların sonunda sokaklarda omuzlarında bakır güğümlerle boza sattıkları tespit edilmiştir.

K13 Bulguları Analizi: Kelle söğüşün orijinal tarifine bağlı kalınarak satışı yapıldığı ve bilinenin aksine içerisinde beyin kullanılmadığı belirlenmiştir. Bu sokak lezzetinin çıkış noktasının Orta-Asya olduğu ve Rumların Niğde'ye gelmesiyle kelle söğüşü de ülkemize tanıttıkları tespit edilmiştir.

Kod 3. Hatıra/Bellek

Sokak lezzetlerinin nostaljik geçmişte nostaljik bir durumu olup olmadığı ve günümüze etki edip etmediğini belirlemek amacıyla katılımcılara *“Ürettiğiniz sokak lezzetlerinin nostaljik bir durumu var mıdır?”* Sorusu yönetilmiştir. Buna bağlı olarak, K1, K7, K8, K9, K10, K13, K14 ve K17 adlı bazı katılımcıların yanıtları aşağıdaki gibidir:

K1: *“Balık ekmek belki de İstanbul'un en nostaljik sokak lezzetidir. Aslında balık ekmeği yediren lezzeti değil bulunduğu konumdur. Bizden balık ekmeği al buradan uzaklaş farklı bir yerde ye hiçbir lezzet alamazsın. Buradaki insan kalabalığı, denizin esintisi, kuşların sesi ve cami manzaraları balık ekmeği nostaljik yapan unsurlardır.”*

K7: *“Köfte çok uzun yıllardır olan bir lezzettir. Daima ekmek arası bir şekilde yenir. Bizim ürünümüzün nostaljik yanı bu küçük yerde saklıdır. Bu köftenin lezzetini veren sadece kullandığımız malzemeler değildir bu köfteler bir ailenin mirasıdır. Burada her yerde bir tarih bir geçmiş var. Bizim burada her zaman eskiye özlem duyulur ve bu da köftemize yansır.”*

K8: *“Bizim pidemiz geçmişte olan bir ürün nostaljik bir önemi de var tabii. Bu pideler tek seferde ortaya çıkmıyor her zaman deneme yanılma yoluyla ortaya çıkar. Pidelerin lezzetini ustalar verir usta değişince pidenin tadı da değişir. Pandemide 35 senelik ustamız yerine başka bir usta gelmişti müşterilerden kötü yorum aldık hemen eski ustayı geri çağırdık ve pidenin eski lezzeti geri geldi. Özellikle bulunduğumuz konum resmen eski İstanbul nostaljisini yaşıyor bize. Burası İstanbul'dan farklı bir yer gibi buradan çıkınca modern İstanbul'a geçiş yapıyorsun. Bizim en büyük nostaljimiz kullandığımız fırın. Bu fırın hepimizden eski neler gördü neler geçirdi kim bilir.”*

K9: *“Bu işletmenin en nostaljik ürünleri ilk yapılan ürünler olan akide şekeri ve lokumdur. Belki de civarın en eski işletmelerinden birisi biziz. Buraya açan kişi ve tatlı*

kavramını ülkeye getiren kişi Hacı Bekir Efendi'dir. İlk olarak bu ürünler Osmanlı sarayına girmiştir ve zaman geçtikçe günümüze gelmiştir. Osmanlı'ya kadar uzanan bir nostaljisi vardır bu ürünlerin.”

K10: “Simit sadece burası için değil tüm İstanbul için nostaljiktir. Yıllar önce de insanlar yemeye bir şey bulamadığında veya çok paraları olmadığında simit çay veya simit ayran yapalım geçelim derlerdi ki hala bu böyle. Simidin yapımı tabi zahmetli fakat onu nostaljik yapan simidin oluşturduğu kültürdür. En nostaljik en güzel kültür ise sokakta simitçilerin bağırmasıydı. Bu durum bir gelenektir eskiden simitçiler sürekli bağırırlardı bu ‘ben geliyorum’ demekti fakat günümüzde maalesef böyle bir şey kalmadı. Eskiden sokaktan geçen simitçileri bekleyen insanlar olurdu o dönemlerde ucuz ve lezzetli çeşitler olmadığı için tek ürün simit vardı. Günümüzde artık insanlar simitçilerin bağırmasını gürültü olarak algılayıp şikâyet ediyorlar.”

K13: “Kelle söğüşün tarihi 130 yıla dayandığı için çok yönden nostaljik durumu olur. Günümüzde insanlar kelle söğüşün ne olduğunu bile bilmiyor. Bu kelle söğüşün nostaljisi Orta Asya'ya dayanır. Kelle söğüş kültürü geçmişten beri devam etmektedir eskiden büyüklerimiz sokakta kelle satarken şöyle derdi: ‘Tatlı dilden al yanaktan bir de gözünün yağından ye bunları kelle kelle’ derlerdi bu başlı başına nostaljiktir.”

K14: “Pilavın nasıl bir nostaljik durumu olabilir denebilir fakat pilavın Osmanlı'ya kadar geriye gittiği doğrudur. Bu pilavcının bu kadar meşhur olmasının sebebi dedelerimizin dedesi olan Süleyman Ağa'nın dönemin Osmanlı padişahı Abdülmecid Han'ın pilavcıbaşı olmasıdır. 1853 Osmanlı-Rus savaşında, Osmanlı ordusu Trabzon'da toplanır ve buradan Batum, Kafkasya gibi cephelere erzak dağıtımı yapıyorlardı. Cephelelerdeki askerlere pilav ve hoşaf verilirmiş. Bunu gören dönemin Trabzon Valisi Osman Efendi ise çok iyi bir pilavcıbaşı istemiş. Bizim pilavımızın da sahibi olan Süleyman Ağa başa geçmiş. 1854'te Kırım harbi sona erdikten sonra Süleyman Ağa halkın ısrarına dayanamayıp pilavcı açmış. Hatta biz günümüzde pilavı her zaman tartarak veririz bunun nostaljik yanı ise geçmişte valinin Süleyman Ağa'ya pilavı daima tartarak vermesi gerektiğini söylemesindendir.”

K17: “Biz Beşiktaş'ın en eski esnaflarındanız. Özellikle börek ve poğaçalar semtin vazgeçilmezidir. Bizim ürünlerimizin nostaljisini Beşiktaş semti oluştururdu fakat günümüzde eski müşterilerimizden bile pek kişi kalmadı. ‘Eskiden Beşiktaş'ta herkes

birbirini tanırdı. Biz eve giderken elimiz havada selam vererek giderdik. Börek geleneği yaşatılsa da iç ve dış çevreden büyük farklılıklar var' diyebiliriz.”

Kod 3 Hatıra/Bellek Bulgularının Analizi

K1 Bulguları Analizi: Balık ekmeğın bir kültür haline gelmesinin sebebinin lezzet değil bulunduğu bölgeyle özdeşleşmesi olduğu belirlenmiştir.

K7 Bulguları Analizi: Köftenin nostaljik bir ürün olmasının sebebinin tarif veya yapılışından değil bir aile mirası olduğundan ötürü kaynaklandığı belirlenmiştir.

K8 Bulguları Analizi: Pidenin en önemli noktasının kullanılan fırın ve ürünü hazırlayan tecrübeli ustalar olduğ u belirlenmiştir.

K9 Bulguları Analizi: Akide şekeri ve lokum gibi ürünlerin Osmanlı sarayından çıkt ığı görülmektedir. Osmanlı saray mutfağının etkisi günümüzde halen görülmeye devam etmekte olduğ u tespit edilmiştir.

K10 Bulguları Analizi: Simit'in bir kültür haline gelmesinin en büyük sebebinin ekonomik durum olduğ u belirlenmiştir. Ucuz ve lezzetli bir ürün olan Simit, ekonomik durumu iyi olmayan insanlar tarafından çok daha fazla tercih edildiğı görülmektedir. Simit kültürünün ortaya çıkmasında sokak satıcılarının sokaklarda bağ ırmalarının etkisi olduğ u ve sabit müşterilerinin olduğ u tespit edilmiştir.

K13 Bulguları Analizi: Kelle söğüşün hatırasının sokak lezzeti satıcılarının satış yaparlar iken mâni tarzında sözler söylemesinin olduğ u tespit edilmiştir.

K14 Bulguları Analizi: Pilavın Osmanlı dönemlerinde de popüler bir sokak lezzeti olduğ u belirlenmiş olup pilavın sokak lezzeti olarak satışının yapıld ığı ilk zamanlarda Osmanlı sarayının pilavcıbaşısının sokak satıcısı olduğ u tespit edilmiştir.

K17 Bulguları Analizi: Börek, poğaç a gibi sokak lezzetlerinin bulunduğu bölgeye has bir kitlesinin olduğ u ve günümüzde bu durumun değişt iğı tespit edilmiştir.

Kod 4. Popülerlik

Sokak lezzetlerinin yiyecek-içecek sektörüne nasıl ve ne türde etkiler ettiğini belirlemek amacıyla katılımcılara “Günümüz itibariyle sokak lezzetlerinin yiyecek-içecek sektörüne etkisi nedir? Geçmişte bu durum nasıldı?” sorusu yöneltilmiştir. Buna bağlı olarak katılımcıların genel olarak sokak lezzetlerinin yiyecek-içecek sektöründe yeni bir kültür

oluşturduğu, ülkede veya şehirlerdeki sokak lezzetlerinin tanıtımının popülerleştiği ve bölgelerin ekonomisine olumlu etki ettiğini söyledikleri tespit edilmiştir. Ayrıca sokak lezzetlerinin yiyecek-içecek sektörüne çoğu zaman geçmişte etki ettiği günümüzde ise bu durumun geliştiği ifade edilmiştir. Buna göre, K1, K7, K9, K10, K15 adlı katılımcıların belirtilen konu hakkındaki görüşleri şöyledir:

K1: *“Sokak lezzetleri genel olarak şehrin yemek sektörüne etki ediyor zaten. Her yemek kendine özeldir fakat mesela balık ekmeğın satışı çok popüler olduğu için bu durum turistlere de yansıyor. Balık ekmeği bizim insanımızda tüketiyor tabi ama turistlerden de yoğun bir talep var. Durum böyle olunca hem ürünümüz yurtdışında tanıtılıyor hem de ekonomik açıdan yükseliyoruz.”*

K7: *“Belki de İstanbul’da yiyecek-içecek sektörünün popülerliğinin artmasını sokak lezzetlerine borçluyuz. Çünkü gelen turistler çoğu zaman gidip restoranlarda yemek yemiyor hızlı tüketim yapabilecekleri ve geleneksel olan şeyleri tercih ediyorlar. Günümüzde yiyecek-içecek sektörü modernleşmeyle beraber farklı bir boyuta ulaştı fakat bizim ürünümüz geleneksel olmasına rağmen bu sektörde etkisini gösteriyor.”*

K9: *“Şeker ve lokum gibi ürünlerin ülkeye gelmesi ülkede tatlı kavramının ortaya çıkmasını sağladı. Aslında yiyecek içecek sektörüne etki değil yiyecek içecek sektöründe tatlının yaratıcısı burasıdır. İstanbul’da birçok tatlıcı var fakat şeker tatlının ana kaynağı olduğu için künefe, kadayıf, baklava gibi ürünlerin ortaya çıkmasının ana sebebidir. Haliyle bu durum yiyecek-içecek sektörünün tatlı konusunda gelişmesine yardımcı olmuştur.”*

K10: *“Simit yiyecek-içecek sektörüne İstanbul’un hatta Türkiye’nin kahvaltı kültürü olarak yerleşmiştir. Simit sayesinde yiyecek sektörü yeni bir kahvaltı türü kazanmıştır. Simit kültürünün bu sektöre en büyük etkisi işletme ve seyyar satıcıların artışı olmuştur. Simit bizim gibi yerlerden de alınır seyyar simitçilerden de her bölgede her yerde satışlar yapılır sektör canlanır. Bu sayede de ticari faaliyetler gelişir.”*

K15: *“Turşu geçmişte hep sokaklarda satılırdı. Bu sektöre katkısı büyüktür. Her sebzenin her meyvenin turşusu yapıldığı için hem satıcı hem bunların üreticisi kazanıyor. Erikten tutun armuda kadar turşular var. Yiyecek-içecek sektöründe israf çok önemli bir durumdur biz birçok meyve ve sebzeyi turşu yaptığımız için bu durumun önüne geçip*

sektöre katkı sağlıyoruz.” Ayrıca turşunun yapımı tuzlama yöntemi olduğu için bu sektörde birçok ürünün tuzlama yöntemiyle saklanması da turşu etki etmiştir.”

Kod 4 Popülerlik Bulgularının Analizi

K1 Bulguları Analizi: Balık ekmeğin sadece yerel halk içerisinde popüler olmamasının yanı sıra turistler açısından da oldukça popüler bir sokak lezzeti olduğu ve bu sayede lezzetin ve bölgenin tanıtımının yapıldığı belirlenmiştir.

K7 Bulguları Analizi: Köfte ekmeğin tarzında sokak lezzetlerinin hızlı tüketime uygun olması ve turistler tarafından fazlaca tercih edilmesi bu tarz ürünlerin popülerliğini arttırdığı tespit edilmiştir.

K9 Bulguları Analizi: Şeker ve şekerli gıdalar ülkeye girdikten sonra günümüzde popüler olan tatlıların ilk adımlarının atıldığı ve baklava gibi birçok ürünün ortaya çıktığı görülmüştür.

K10 Bulguları Analizi: Simit’in popülerliğinin kahvaltı kültürüne etki ettiği ve bu durumun ticari faaliyetlere de yansıdığı görülmektedir.

K15 Bulguları Analizi: Birçok meyvenin ve sebzenin turşusu yapıldığı için bu durum hem üreticiye hem de satıcıya olumlu yansıdığı ve turşunun tuzlama yöntemiyle saklandığının bilinmesiyle farklı gıda ürünlerinin saklanmasında da bu yöntemin kullanılmasına etki ettiği tespit edilmiştir.

Tema 2: İstanbul Sokak Lezzetlerini Etkileyen Faktörler

Bu tema ile sokak lezzetlerinin şehrin kültürüne etkisi merkez alınarak sokak lezzetlerinin İstanbul’un kültürünü değiştirip değiştirmediği, olumlu ve olumsuz etkileri, İstanbul ile özdeşleşmiş bölgelerin kültürel yansımaları ve sokak lezzetlerin tarihi yansımalarını içeren konulara yer verilmiştir.

Kod 1: Coğrafi Konum

İstanbul’da bulunan sokak lezzetlerinin İstanbul’un tarihi, gelenekselliği ön planda olan ve en bilinen Eminönü, Beyoğlu, Fatih, Beşiktaş gibi bölgelerle nasıl bağdaştığı ve bu bağdaşmadan nasıl etkiler ortaya çıktığını belirlemek amacıyla katılımcılara “Ürettiğiniz veya sattığınız sokak lezzetinin bulunduğu bölgeyle bir bağı var mı? Var ise bu durum sokak lezzetlerini nasıl etkiliyor?” sorusu yöneltilmiştir. Buna bağlı olarak katılımcıların

genel olarak bulundukları bölgelerin bir tarihe, geleneğe ve popülerliğe sahip olmasının sokak lezzetlerine etki ettiğini belirttikleri görülmüştür. Buna göre, K1, K2, K8, K10, K12 ve K16 adlı katılımcıların konu ile ilgili görüşleri şöyledir:

K1: *“Sokak lezzetlerinin bu kadar fazla tercih edilmesi bulunduğu konumla bağdaşmasından kaynaklanıyor. Çoğu sokak lezzetini al farklı bir yerde ye o havayı yakalayamazsın. Nasıl her yemeği ilk ortaya çıktığı yerde yemek en iyisiyse sokak lezzetlerinde de geçerli bu durum. Bizim balık ekmeği özel ve leziz kılan aslında bakılırsa lezzet değil, Eminönü’nün büyüsidür. Buradaki tarihi yapılar ve mimariler balık ekmeği özel kılmıştır.*

K2: *“Lokma aslında her yerde lokmadır ama Eminönü’ndeki lokma bir başkadır. Buranın lokmayla bağdaşma sebebi buradaki balık ekmek kültürüdür. İnsanlar balık ekmek yedikten sonra bir şerbetli tatlıya ihtiyaç duyuyor bu yüzden Eminönü’nde lokma kültürü oluştu.*

K8: *“Sokak lezzetleri İstanbul’un her yerinde yaygındır. Fakat her bölge farklı lezzetlerle bağ kurmuş durumda. Bunun nedeni ise bazı bölgelerin Eminönü, Fatih ve Beyoğlu gibi tarihi geçmişleri olmasıdır. İstanbul’u İstanbul yapan böyle semtler sadece tarihleriyle değil gelenekler ve görenekleriyle, mimari yapılarıyla, halkının kültürüyle ve lezzetleriyle öne çıkmıştır. Fatih’te bir sürü pideci var fakat bizim dükkanımız bu kadar küçük olmasına rağmen insanlar direkt buraya gelir*

K10: *“Her sokak lezzetinin bağ kurduğu bir semt vardır. Simit şehrin her yerinde satılmasına rağmen biz Galata’nın simitçisiyiz. Adımızda Tarihi Galata Simitçisi zaten. Her yerde simit yenir fakat Galata’da yemenin yeri ayrıdır. Bu durum bütün sokak lezzetlerinde de böyledir. Her lezzetin bir bölgeyle bağı bulunur. İstanbul’da sokak lezzetlerinin popüler olması da zaten bu yüzdendir. Dünyanın en çok turist alan bölgesi İstanbul, turistler buraya gezmeye gelirken önce tarihi yerlere bakıyorlar sonra ise yemeklere. Bu durum ülkemizin ekonomisini de yükseltiyor.”*

K12: *“İçli köfte aslında en çok Antep, Urfa ve Maraş yörelerinde yapılır esas yeri oralardır. İstiklal Caddesinde içli köfte kültürü mü olurmuş diyorlar bazen. İşte bir sokak lezzetinin İstanbul’un bir semtiyle böylesine bağ kurduğunun en büyük örneğidir bizim içli köfte. İstiklal Caddesinde içli köfte bir sokak lezzeti kültürü haline geldi gün geçtikçe ve bu durum devam ediyor. Bu durum sayesinde İstiklalde içli köfte kültürü yurtdışına*

kadar yayıldı. Özellikle turistler artık buraya geldiğinde içli köfte deniyor bu durum hem bize hem bölgeye olumlu yansıyor.”

K16: *“Her yerde döner satılır fakat bizim döner Beşiktaş’a özeldir. Eskiden Beşiktaş’ın bütün yerel halkı buradan yedi şimdi bu çoğunluğun yerini turistler aldı. Bu sayede de bizim dönerin tanıtımı yapılıyor yurtdışında. Bu döneri başka bir semtte satsan bu kadar lezzetli olur mu bilinmez. Biz burada bir kültür oluşturduk. Hangi milletten insan gelirse gelsin ilk buraya uğrarlar.”*

Kod 1 Coğrafi Konum Bulgularının Analizi

K1 Bulguları Analizi: Balık ekmek gibi bulunduğu bölgeyle bağ kuran sokak lezzetleri diğer lezzetlere göre daha çok tercih edildiği belirlenmiştir.

K2 Bulguları Analizi: Lokmanın bir kültür haline gelmesinin Türk insanının ana yemek sonrasında tatlı tüketme ihtiyacından doğduğu tespit edilmiştir.

K8 Bulguları Analizi: Sokak lezzetlerinin tarihi geçmiş olan ve tarihi yapılara ev sahipliği yapan bölgelerde bulunması farklı lezzetleri bir kültür haline getirdiği görülmüştür.

K10 Bulguları Analizi: Bulunduğu bölgeyle özdeşleşmiş sokak lezzetlerini ilk çıkış noktasında tüketmenin lezzet ve hazzı arttırdığı görülmüştür.

K12 Bulguları Analizi: İçli köfte Güneydoğu Anadolu bölgesiyle özdeşleşmiş bir lezzet olmasına rağmen İstanbul gibi kalabalık bir şehrin Beyoğlu semtinde bir kültür haline gelmesi, her türde ve farklı yerlerdeki sokak lezzetlerinin de farklı bölgelerde bir kültür haline gelebileceğini ispat etmiştir.

K16 Bulguları Analizi: Turistlerin sokak lezzetlerine büyük ilgi göstermesi döner, kebab vb. gibi lezzetlerin tanıtımının yapılmasına yardımcı olduğu görülmüştür.

Kod 2: Kültürel Oluşumlar

İstanbul’un popüler sokak lezzetlerinin şehre kültürel öğelerden yola çıkılarak nasıl yansıdığını belirlemek amacıyla katılımcılara “Ürettiğiniz veya sattığınız sokak lezzeti şehrin kültürüne nasıl yansıyor?” sorusu yöneltilmiştir. Buna göre katılımcıların bir kısmı bu yansımaları insanlar açısından değerlendirmiştir. Buna göre, K1, K4, K5, K9 ve K11 adlı katılımcıların konu ile ilgili görüşleri şöyledir:

K1: “Eminönü’nün de balık ekmek kültürü şehrin kültürüne direkt etki etmiştir. Eskiden burada farklı bir alternatif yiyecek olmadığından dolayı birçok yerli ve yabancı turistin ilgisini çekmiştir balık ekmek. Buranın kendine has bir ambiyansı ve dokusu var. Burada Galata Köprüsü’nü, Galata Kulesi’ni, Yeni Cami’yi izlemek, buradaki açık hava, denizin dalgaları, martılar bunlara bakarsanız sokak lezzetlerine gerçek anlamda değer katan şeylerdir. Bunlar sayesinde balık ekmek İstanbul’da bir kültür haline gelmiştir ve insanlar tarihi bir yapı gezerken akıllarına balık ekmek gelmektedir.”

K4: “Kokoreç İstanbul’da bir kültür haline geldi. İnsanlar ne zaman dışarı çıksa ve acıksa bir kokoreç atalım derler saat kaç olursa olsun. Bu sayede kokoreşte bir gece kültürü oluştu. Özellikle geceleri en çok tüketilen sokak lezzeti kokoreçtir. Bu durum şehrin kültürüne de yansımıştır bu sayede İstanbul’da gece yemek kültürü ortaya çıktı diyebilirim.”

K5: Boza İstanbul’da bir kültürdür. Vefa’da bir kültür haline gelen boza, eskilerden beri gelen bir geleneksel Türk içeceği olmuştur. Vefa’dan geçen herkes bu bozanın tadına bakar özellikle geceleri boza kültürü oluştu. Geceleri burada kuyruk oluyor insanlar boza sırasına giriyor. 1876 yılından beri gelen bir kültür hala yaşıyor.

K9: Simidin kültürel yansımaları eski dönemlerde olmuştur. Eski zamanlara ‘tabla dönemi’ derler, ahşap tablalar vardı. Bazıları da sepetle satardı, o dönemde hasır sepetler ilk kez çıkmıştı. O zamanlarda etrafta yenecek başka bir şeyinde olmaması yani bugün ki gibi tost, hamburger vb. gibi ürünler yoktu. Simitçilikte bağırma bir gelenektir, bağırma ‘ben geliyorum’ demektir. Her simitçinin belirli yerleri vardır. O dönemlerde herkesin de müşterisi ayrıydı. Kimse kimsenin müşterisini kapmazdı böyle bir kültür vardı. Fakat şimdi durum böyle değil günümüz modern İstanbul’unda bu kültür değişime uğradı diyebiliriz. Sokakta bağırma kültürü de artık değişti özetle geçmişteki kültürler günümüzde değişmeye yüz tuttu.

K11: Islak hamburger, Beyoğlu’nda bir kültürdür. Taksime gelen her ırktan gencinden yaşlısına kadar herkes buraya uğrar. Bu durum Taksim’in kültürünü geçmişte değiştirdi günümüzde de devam ediyor. Bu ürünün bol baharatlı ve salçalı olmasının en büyük sebebi Türk halkının damak zevkine hitap etmesi içindi. İstanbul halkı tarafından öylesine beğenildi ki, sıradan bir sokak lezzeti olmaktan çıkıp kendi alt kültürünü oluşturan bir lezzet haline geldi.

Kod 2 Kültürel Oluşumlar Bulgularının Analizi

K1 Bulguları Analizi: Bazı sokak lezzetlerini ilk çıktığı yerdeki ambiyansın içerisinde tüketmenin yemeğe anlam ve değer kattığı anlaşılmıştır.

K4 Bulguları Analizi: Kokoreç, sakatat tarzı ağır bir sokak lezzeti olmasına rağmen bir gece lezzeti olduğu görülmektedir. Bunun sonucunda sokak lezzeti kültürünün oluşumunda yemeğin hafif veya ağır olmasının önemli olmadığı görülmüştür.

K5 Bulguları Analizi: Boza, bulunduğu Vefa bölgesinde özdeşleşip Vefa Bozası adını almıştır. Bu durum sokak lezzetinin bir kültür haline gelmesinde geleneğin önemi olduğunu göstermiştir.

K9 Bulguları Analizi: Simit gibi sokak lezzetlerini satan sokak satıcılarının sokaklardan geçerken bağırımları sayesinde bu tarz sokak lezzetlerinin kültürlerinin oluşumu gerçekleşmiş olduğu tespit edilmiştir.

K11 Bulguları Analizi: Islak hamburgerin yapılaş tarzından ötürü Türk damak zevkine uygun olması nedeniyle çok fazla tercih edilmesi sonucunda bulunduğu bölgede bir kültür haline geldiği görülmüştür.

Kod 3: Değişimler

Sokak lezzetlerinin günümüze kadar herhangi bir değişime uğrayıp uğramadığı ve gelecekte nasıl yaşatılacağına dair görüşmeleri belirlemek amacıyla katılımcılara “Sattığınız sokak lezzetinin geçmişi boyunca geçirdiği evrelerden haberdar mısınız? Bununla birlikte güncel olarak ürettiğiniz sokak lezzetinizin gelecekte yaşatılması için neler yaparsınız? sorusu yönetilmiştir. Buna göre K1, K3, K8, K15 adlı katılımcıların konu ile ilgili görüşleri şöyledir:

K1: *Balık ekmek aslında halkın isteğiyle ortaya çıkan bir üründür. Yapım şeklinde bir değişiklik yok fakat bu lezzetin dönüm noktasını halk belirlemiştir. Bizim büyük dedelerimiz buraya geldiklerinde sahilde teknelerde balık tutup satarlarken bazen bu teknelerde kendilerine balık pişirirlermiş. Bunu gören yerel halkta pişmiş balık talep etmişler böyle değişim olmuş bu değişim günümüze kadar ulaşmış bizde modernleştirmeye çalıştık. Buranın kendine has ambiyansı kaybolmadığı sürece balık ekmek kültürü devam eder.*

K3: *Közde kestane ve mısır Eminönü'ne özgü sokak lezzetleridir bazı semtlerde de vardır fakat temel yeri burasıdır. Eminönü'nün de kestane ve mısır satıcıları 2000'lerin başında*

el değiştirdi. Bu işin ustaları artık bıraktı. Çok daha eskilerde bu işi yapan büyüklerimiz vardı böyle bir değişim oldu.

K8: *Bizim pidemiz modernleşmeden günümüze kadar geldi hatta insanlar gelenekselliği yaşamak için buraya geliyor. Herhangi bir değişimden etkilenmedik. Biz 3. Kuşağız fakat bazen çocuklarımızda devam ediyor 4.kuşak diyebiliriz. Bizim kuşağımız son kuşak olacak gibi gözüküyor yeni neslin devam etme isteği yok. Gelecek bu sokak lezzeti ne olur bilinmez.*

K15: *Turşu geçmişte kültürel bir değişime uğramış günümüze öyle gelmiştir. Tuzlama yönteminin ortama çıkmasıyla turşuda ortaya çıkmıştır. Buraya ilk açan kişinin ilk mesleği de yaprakçılıkımış. Buraya ilk geldiklerinde salatalık gibi ürünleri tuzlayarak işe başlamışlar. Daha sonra yaprakçılıktan turşuculuğa geçiş yapmışlar. Bu sayede turşu İstanbul'da özellikle Beşiktaş'ta çok popüler hale geldi. Özellikle turşu suyu çok rağbet görüyor. Bu mesleğin gelecekte yaşatılması için günümüzün modernliğine ayak uydurması gerekir. Neredeyse her meyvenin ve sebzenin turşusu yapıldığı için her kesimden her çeşit insana uygun lezzetler çıkabiliyor.*

Kod 3 Değişimler Bulgularının Analizi

K1 Bulguları Analizi: *Çoğu sokak lezzetinde olduğu gibi balık ekmekte halk baskısı sonucunda bir sokak lezzeti haline geldiği görölmektedir.*

K3 Bulguları Analizi: *Közde kestane ve mısır gibi seyyar satılan sokak lezzetlerinin yapılış açısından değişim içerisinde olmaması fakat satıcılarının değişime uğraması, bu tarz sokak lezzetlerinin ilerleyen zamanlarda yapılış açısından da değişime uğrayabileceği riskini barındırdığı görölmektedir.*

K8 Bulguları Analizi: *Sokak lezzetlerinin gelenekselliğinin insanlar tarafından ilgi gördüğü görölmekte olup sonraki nesiller tarafından gelecekte yaşatılmayabileceği tespit edilmiştir. Bunun sonucunda geleneksel bir lezzetin gelecekte kaybolma riski bulunduğu görölmüştür.*

K15 Bulguları Analizi: *Turşuculuk gibi mesleklerin farklı mesleklerden geçiş yapan insanlar tarafından ortaya çıkartıldığı tespit edilmiştir.*

Tema 3: İstanbul Sokak Yemeklerinin Genel İçeriği

Bu tema içerisinde İstanbul sokak lezzetlerinin içeriğine genel bir bakış açısıyla bakılarak ürünlerde kullanılan malzemeler, pişirme yöntemleri ve yapım aşamaları hakkında katılımcılardan alınan verilerle belirlenen kodlar oluşturulmuştur.

Günümüzde İstanbul’unda oldukça popüler olan sokak lezzetlerinin ucuz ve lezzetli olmasının yanı sıra içeriğinde kullanılan ürünlerde ve yapım aşamaları da oldukça önemlidir. Bu bağlamda sokak lezzetlerini oluşturan ürünleri belirlemek amacıyla katılımcılara “Ürettiğiniz veya sattığınız sokak lezzetini hangi ürünler oluşturmaktadır ve yapım aşamaları nasıldır?” sorusu yöneltilmiştir. Buna göre K1, K4, K5, K7, K8, K10, K11, K13 ve K14 adlı katılımcıların konu ile alakalı görüşleri şöyledir:

Kod 1: Tarladan Sofraya

K5: “Bozanın ana maddesi darı irmiğidir. Darı irmiğine şeker ve su eklenince boza ortaya çıkar. İçerisinde başka bir madde bulunmaz. Bozanın koyu kıvamlı, açık sarı renkli ve hafif ekşimsi bir tadı vardır.”

K14: “Pilavın bu denli lezzetli olmasının sebebi yapımında kemik suyu kullanılması ve pirincin özel olmasıdır. Pirincin nerede ve nasıl yetiştiği hangi yöreden geldiği çok önemli. Kemik ve kemik iliği 24 saat boyunca büyük kazanlarda kaynar. Elde edilen kemik suyu pilavda kullanılır. Ayrıca kullanılan köy tereyağı da lezzete etki eder.”

Kod 1 Tarladan Sofraya Bulgularının Analizi

K5 Bulguları Analizi: Bozada orijinal tarife sadık kalındığı görülmüştür.

K14 Bulguları Analizi: Pilavın yapımında birçok parametrenin önemli olduğu görülmekte olup her ürünün kendine özgü yerlerden gelmesine dikkat edildiği tespit edilmiştir.

Kod 2: Sakatatın Değeri

K4: “Gerçek kokoreç kuzudan olur danadan olmaz dana ucuz kayış gibi bir bağırsaktır. Dana kokorecin içerisinde mutlaka bol baharat domates ve biber koyarlar. Kuzudan yapılan kokorecin bunlara ihtiyacı olmaz. Gerçek kuzu kokorecin içerisinde findık uyukluğu, mumbar ve çöz olur.

K13: “Kelle söğüşün yapımı çok detaylıdır. Kuzu kelleler beyni çıkartılmış şekilde bize gelir, 3-4 saat soğuk suda bekletilerek etin yumuşaması ve kanının çıkmasını daha sonrasında bütün kanlı sunun süzülmesi beklenir. Sonrasında tekrar farklı bir fiçıda kelleler durulanıyor bu sayede bembeyaz oluyor. Yaklaşık 1 saat kaynadıktan sonra ilk çıkan köpükler kalan kanların simsiyah köpükleri olduğundan ötürü temizleniyor. Daha sonrasında kaynamaya devam ederken ikinci köpük yani ‘et’ köpüğü olarak geçen kahverengi bir renkte olan köpükler alınır. Devamındaysa üçüncü bir köpük tabakası daha olur bunlar yağ köpüğüdür bu köpüğü alsan da olur almasan da olur. Bir kazan kellenin işlemleri yaklaşık 6 saat sürer. Bitince ise tezgaha dizildikten sonra kesilip yaklaşık 1 gün boyunca buzdolabında dinlendirilir.”

Kod 2 Sakatatın Değeri Bulgularının Analizi

K4 Bulguları Analizi: Orijinal kokorecin içerisinde bağırsaktan başka bir şey bulunmadığı fakat günümüzde değişime uğradığı açıkça görülmektedir.

K13 Bulguları Analizi: Kelle söğüşün yapımında püf noktaların bulunduğu ve yapım aşamalarının zahmetli olduğu görülmektedir.

Kod 3: Denizin Kalbi

K1: “Balık ekmeğin balığı mutlaka Uskumru olur. Başka hiçbir balık kullanılmaz denizin ruhunu eklemek arasında yansıtan balık Norveç Uskumrusudur. Bu balık Omega3 yönünden çok zengin hatta doktorların tavsiye ettiği bir balıktır. Derin denizlerde yetişen balıklar daha yağlı ve lezzetli olur bu yüzden Uskumru kullanılır. Balık ekmeğin içinde ayrıca kıvırcık ve soğan olur başka bir şey girmez. En iyi yancısı ise turşu suyudur bu iki lezzet birbiriyle özdeşleşmiştir.”

Kod 3 Denizin Kalbi Bulgularının Analizi

K1 Bulguları Analizi: Balık ekmekte kullanılan balığın insan sağlığına olumlu faydaları olduğu görülmektedir. Balık ekmekte kullanılan balığın derin denizlerde yetişen balık cinsinden olduğu belirtilmektedir. Balık ekmeğin eşlikçisinin turşu suyu olduğu tespit edilmiştir.

Kod 4. Saf ve Geleneksel Lezzet

K7: *“Bu köftenin içerisinde etten başka bir malzeme bulunmaz. Baharat asla girmez ırmik, ekmek, sarımsak gibi ürünlerde bulunmaz. Sadece saf etin lezzeti alınır. Ayrıca suyunu içerisinde bırakmak için çok pişirilmez.”*

K8: *“Pidenin çok çeşidi vardır. İlk zamanlarda kıyma, peynir, sucuk, kavurma ve pastırma ile başladık. Günümüze göre menüde düzenlemeler yapıyoruz. Bizim pidemizde ilk açıldığından beri kullanılan ekşi maya vardır. Hala aynı mayayı kullanırız bu bizim geleneğimiz. Pideyi pide yapanda fırındır. Fırın bizden çok eski yaklaşık 120 yıllık bir fırın kullanıyoruz.”*

Kod 4 Saf ve Geleneksel Lezzet Bulgularının Analizi

K7 Bulguları Analizi: Köfte gibi sokak lezzetlerinin içerisinde az ve öz malzeme olduğu görülmektedir.

K8 Bulguları Analizi: Pidenin yapımında kullanılan ekşi mayanın geçmişten günümüze kadar gelmesi bir kültürün yaşatılmasında büyük rol oynadığı görülmektedir.

Kod 5. Ustalığın Önemi

K10: *“Simidin yapımında ustalık çok önemlidir. Simidin ilk başta yoğurma biçimi vardır. Simidin içine un, su, tuz ve maya girer. Katkı maddesi, renklendirici veya tatlandırıcı gibi şeyler girmez. Bir de simidin mayalaşma süreci vardır, mayalaşma olmadığı zaman hamur parça parça olur ve kabarmaz. Sonrasında ise fitilleme şekli vardır; ellerimizle kopartırız, inceltiriz ve fitil şeklini verip atarız. Sonra ise pekmezlenme işlemine girer, keçiyoynuzu pekmezinin sulandırılmış hali kullanılır. Pekmezin özü hem simidin kırmızı rengi almasına sağlar hem de susamın yapışmasını sağlar. Tekrar dinlenmeye alındıktan sonra susamlanma işlemi olur. Susamlanmanın bir özelliği de simidin çiğ kalmamasıdır. Susam her tarafta eşit olmalıdır. En son küreğe geçer, kürekte yuvarlak şeklini alır ve odun ateşinde 13-14 dakika pişer ve servis edilir. Simidin sırrı çıtır, gevrek ve kırmızı renkli olmasıdır.”*

Kod 5 Ustalığın Önemi Bulgularının Analizi

K10 Bulguları Analizi: Simit, yapımı gereği zor ve uğraş gerektiren bir aşama içerisinde olduğundan dolayı tecrübeli ustaların bu sokak lezzetini üretmeleri gerektiği tespit edilmiştir.

Tablo 11. Sokak Lezzetleri-İçerik Bilgisi Analizi

Katılımcı / Kategori	Tarla Odaklı Ürünler	Sakatat Odaklı Ürünler	Deniz Ürünleri	Kültürleşmiş Geleneksel Ürünler	Ustalık İsteyen Ürünler
K1			Sağlık unsurları, uyumlu lezzetler		
K4		Orijinalliğin önemi		Yüzyıllık lezzet	
K5	Hammadde odaklı				
K7				Saf lezzet	
K8				Geleneksel ürün kullanımı	
K10					Deneyim gerektiren aşamalar
K11					Deneme yanılma yöntemi
K13		Ustalık gerektiren hazırlık aşamaları			
K14	Yöresel ürün kullanımı				

K: Katılımcı Adı

Tema 4: Tüketicilerin Gözünden İstanbul Sokak Lezzetleri

Araştırmanın bu temasında tüketicilerin sokak lezzetleri hakkındaki düşünceleri ve tepkilerini ortaya dökmek ayrıca İstanbul sokak lezzetlerini genel bakımdan tüketici gözünden de görmek amaçlanmıştır. Araştırmada görüşme yapılan sokak lezzetlerini daha önce ziyaret eden 8 tüketicinin bilgilerine başvurulmuş olup yarı-yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak sorular sorulmuştur. Görüşme sorularına yanıt veren tüketicilerin demografik özellikleri Tablo 12’de gösterildiği gibidir.

Tablo 12. Sokak Lezzeti Tüketicilerinin Demografik Özellikleri

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Şehir	Eğitim Durumu
T1	Erkek	26	İstanbul	Üniversite
T2	Erkek	27	İstanbul	Üniversite
T3	Erkek	25	İstanbul	Üniversite
T4	Erkek	29	İstanbul	Üniversite
T5	Erkek	26	İstanbul	Lise
T6	Kadın	25	İstanbul	Yüksek Lisans
T7	Kadın	26	İstanbul	Üniversite
T8	Kadın	24	İstanbul	Yüksek Lisans

T: Katılımcı Adı

- Görüşme sorularını cevaplayan tüketicilerin %62'si erkek, %38'i kadındır. İstanbul'un Eminönü, Beyoğlu, Fatih ve Beşiktaş gibi semtlerdeki sokak lezzeti tüketimi yapan tüketicilerin çoğunlukla erkek bireyler olduğu görülmektedir.
- Tüketicilerin %12'si lise, %63'ü üniversite ve %25'i yüksek lisans mezunudur. Bu bağlamda görüşme yapılan tüketicilerin yoğunlukta üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

Kod 1: Seçimlerdeki Parametreler

Araştırmada ziyaret edilen Eminönü, Beşiktaş, Beyoğlu ve Fatih semtlerinde bulunan yerleri daha önce deneyimlemiş olan tüketicilere “Bir tüketici olarak sokak lezzetleri bulunan destinasyonları hangi nedenlerle tercih edersiniz ve hangi konular sizin için önemlidir?” sorusu sorulmuştur. Sokak lezzetlerinde tüketicilerin dikkat ettiği noktalara yönelik T1, T2, T4, T5 ve T8 adlı katılımcıların yanıtları şöyledir:

T1: *Günümüz İstanbul'unun şartlarında olduğumuz için hemen hemen herkes fiyat odaklı oluyor. Sokak lezzeti tüketeceğim zaman önce fiyat ve lezzete bakıyorum. Sokak lezzeti tercih edenlerin birçoğu zaten işçi kesimi. Özellikle sabahları insanlar işe gitmeden hızlı tüketim yapmaları gerektiği için simit, poğaça gibi lezzetlere yöneliyorlar. Eminönü'nün de balık ekmek kültürü her İstanbullunun yaptığı bir aktivitedir. Bizde burada tatil günlerimizi değerlendiriyoruz.*

T2: *Sokak lezzeti tercih ederken öncelikle içeriğine ve bulunduğum yerde neyin meşhur olduğuna dikkat ederim. Şu an Beyoğlu'nda ıslak hamburger yemeden kimse gitmez mesela bizde öyleyiz. Sokak lezzeti tercihinde birçok unsur etkili oluyor. Kendilerine özel bir ürün varsa mutlaka denenmeli bence. Mekanın dış görünümü, içinin temizliği, çalışanlar, şefler, hijyenik olup olmadığı, fiyatlar ve lezzet çok önemlidir.*

T4: *Günümüz şartlarından dolayı önce fiyata bakıyoruz. Ama Fatih gibi semtlerde bence durum böyle değil çünkü buranın geleneksel lezzetleri var. İnsanlar böyle mekanlara geldiğinde fiyatlara çok takılmıyor lezzete geliyor. O yüzden sokak lezzeti satan yerleri tercih ederken, tercih etme nedenleri bölgeden bölgeye değişiklik gösterebilir.*

T5: *Ben lezzetten ve fiyattan çok hizmete bakıyorum. Bir yerin hizmeti iyiye diğer şeylerin çok önemi kalmıyor. Tabi hijyen konusu da var dışarıdan sağlıksız görünen bir yerden asla bir şey yenilmez. Sokak lezzetlerinin çok çeşitleri var semtlere göre değişiyor bunlar. Mesela Eminönü'nün de döner aklına gelmez oranın büyüğü balık ekmektedir.*

T8: *Ekonomik durumlardan ötürü öncelik bence fiyat. Artık öyle bir noktaya geldik ki kalitesiz ve ucuz ürünler çok tüketilmeye başladı. Sokak lezzetleri bence İstanbul hatta Türkiye'de en çok tercih edilen yemek grubudur. Sokak lezzetleri her açıdan değerlendirilir ama kişiden kişiye bütün yönleri değişir.*

Kod 1 Seçimlerdeki Parametreler Bulgularının Analizi

T1 Bulguları Analizi: Sokak lezzeti seçimlerinde fiyat ve lezzet unsurlarının baz alındığı tespit edilmiştir. Sabah saatlerinde işe giden insanların sokak lezzetlerine diğer insanlardan daha fazla yöneldikleri tespit edilmiştir.

T2 Bulguları Analizi: Sokak lezzetleri seçiminde bulunulan bölgedeki meşhur lezzetler ve bu lezzetlerin içeriğinin kriter olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerin menülerinde geleneksel ürünler bulundurmasının sokak lezzetleri seçimlerine etki ettiği tespit edilmiştir. Sokak lezzetleri seçimlerinde işletmelerin dış görüşleri, hijyeni ve çalışanlarının da etkisi olduğu tespit edilmiştir.

T4 Bulguları Analizi: Sokak lezzeti tüketicilerinin geleneksel lezzetler tükettiklerinde fiyatları ön plana almadıkları tespit edilmiştir. Sokak lezzetleri seçimlerinde bölgeden bölgeye farklılaşma olduğu tespit edilmiştir.

T5 Bulguları Analizi: Sokak lezzetleri tercihlerinde işletmelerdeki hizmetin ve hijyenin seçimlere etki ettiği tespit edilmiştir.

T8 Bulguları Analizi: Sokak lezzetleri seçimlerinde ürünler ne kadar kalitesiz olursa olsun fiyatlarının düşük olması bu ürünlerin tercih edilmesini arttırdığı tespit edilmiştir.

Kod 2: Gelenekselliğin Kültüre Etkileri

Araştırmanın odak noktası olan sokak lezzetlerinin İstanbul'un kültürüne yansımalarını belirlemek ve tüketici gözünden görmek için tüketicilere “Bir tüketici olarak İstanbul’da bulunan sokak lezzetlerinin şehrin kültürüne etkisi nasıl yansımaktadır?” sorusu yöneltilmiştir. Buna göre T2, T3, T6 ve T7 adlı katılımcıların cevapları şöyledir:

T2: Sokak lezzetlerine bakarak bulunduğunuz yerin kültürünü okuyabiliyorsunuz. Örneğin Eminönü'nün de balık ekmek, turşu suyu ve lokma satıcıları var hepsinin kendine özel geleneksel kıyafetleri var bu sayede müşteri toplamaya çalışıyorlar. Özellikle turistler geleneksel kıyafetlere çok önem veriyor. İnsanlar orada lokma yiyor ama üzerinde Osmanlı tarzı kıyafetli birisi bu lokmaları satıyor. Şehrin kültürünü bilmeyen biri buraya bakarak lokmanın eski zamanlardan beri geldiğini ve bir tarihi olduğunu anlayabiliyor bu durum sokak lezzetlerinin şehrin kültürünü nasıl yansıttığını açıklayabilir.

T3: Yemek ihtiyacı ve yemek sektörü sonsuza kadar devam edeceğinden dolayı insanlar yemeklere çok meraklı oluyor. İstanbul'un kültürünü yani kültür derken tarihini, mimari yapılarını, görülmeye değer yerlerini, camilerini bilmeyen insanlar bazı sokak yemeklerine bakarak bunlar hakkında bir şeyler söyleyebilir ya da öğrenebilir diye düşünüyorum. Galata Kulesini görmeye gelen biri hiç civarda bir şey yemeden döner mi?

T6: Yemekler şehrin kültürünü birçok maddeye bağlı olarak yansıtabilir. Turistler açısından bu durum daha önemlidir çünkü bizim insanımız kültürümüzü az çok biliyor. İnanç konusu burada çok önemli olabilir. Yabancı ülkeden gelen bir turist burada belki domuz eti tercih etmek isteyecektir fakat İslam dininde yasak olduğunu bilemeyecektir. Bu sayede yemek yemeye gittiğinde bu sayede inançla alakalı bir şeyler öğrenebilir.

T7: Sokak lezzetleri satıcıları burada çok önemli yer tutuyor. Geleneksel kıyafetler giyip satış yapanlar çok dikkat çekiyor turistler bu durumu çok seviyor. İnsanların tarihi sevmeleri ve merak duymaları sayesinde bu durum oluşuyor. Birçok sokak lezzetinin kendine özgü kıyafeti, şarkısı türküsü hatta bir kültürü vardır.

Kod 2 Gelenekselliğin Kültüre Etkileri Bulgularının Analizi

T2 Bulguları Analizi: Sokak lezzetleri satıcılarının geleneksel kıyafetler giyerek satış yapmalarının sokak lezzetleri tercihlerinde önemli bir etken olduğu tespit edilmektedir.

Bununla birlikte bu lezzetlerin satışında geleneksel kıyafetlerin eski kültürü yansıttığı ve bu sayede şehrin kültürüne etki ettiği tespit edilmiştir.

T3 Bulguları Analizi: İstanbul'un kültürel ve mimari öğelerinin sokak lezzetleri seçimlerine etki ettiği tespit edilmiştir.

T6 Bulguları Analizi: Dini inançların sokak lezzeti seçimlerini etkilediği tespit edilmiştir. Bununla birlikte turistlerin İstanbul ziyaretlerinde şehrin kültürel ve mimari öğeleri yardımıyla inanç hakkında da bilgilendiği tespit edilmekte olup bu doğrultuda sokak lezzetlerine yöneldikleri görülmektedir.

T7 Bulguları Analizi: Sokak lezzetleri satışlarında geleneksel kıyafetlerin ve şarkıların eski kültürü yansıttığı ve bu sayede insanların şehrin kültürüne ilgi duyduğu tespit edilmiştir.

Kod 3: Kültürel Çehreyi Yansıtan Lezzetler

İstanbul'da bulunan sokak lezzetlerinin hangilerinin daha çok tercih edildikleri ve bu bağlamda yapılan tercihlerin şehre etkilerini belirlemek amacıyla tüketicilere “*Bir tüketici olarak İstanbul'da en çok hangi sokak lezzetlerini tercih ediyorsunuz ve hangi lezzetlerin şehri yansıttığını düşünüyorsunuz?*” sorusu sorulmuştur. Buna göre K1, K2, K3 adlı katılımcıların yanıtları şöyledir:

T1: *En çok kokoreci tercih ederim. Dönerin İstanbul'u yansıttığını düşünüyorum.*

T3: *Sokak lezzetlerinin tabiri caizse babası köfte ekmektir. İstanbul'a inen herkesin burnuna o köfte ekmek kokusu gelir şehri gayet iyi yansıtır.*

T4: *Simittir. Simit her daim tüketilir. Şehrin kültürünü döner yansıtıyordur. Yurtdışında bile İstanbul adı geçince Döner Kebap diyorlar.*

T6: *Balık ekmek favorimdir. Balık ekmek satıcıları bence şehrin kültürünü yansıtır. Bunları sattıkları tekneler süslenmiş ve işlenmiş ayrıca eski tarz kıyafetler giyiyorlar bu durum kültürü yansıtır.*

T7: *Kokoreç her zaman tüketirim. Kokoreç bize has bir şey olduğu için bence bizim şehri yansıtır.*

Kod 3 Kültürel Çehreyi Yansıtan Lezzetler Bulgularının Analizi

T1 – T3 – T4 – T6 – T7 Bulguları Analizi: İstanbul sokak lezzetlerinde en çok tercih edilen ürünlerin: kokoreç, döner, köfte, balık ekmek ve simit olduğu tüketiciler tarafından belirtilmiştir.



ALTINCI BÖLÜM: SONUÇ VE ÖNERİLER

İstanbul gibi büyük ve karma nüfuslu şehirlerde yaşayan insanların zamanlarının kısıtlı olması ve çalışan nüfusun yoğun olması sebebiyle dışarıda yemek yeme alışkanlığı gittikçe artmaktadır. Yeme ihtiyacını hızlı bir şekilde karşılamak isteyen toplumlar sayesinde farklı türlerde yeni yemek tüketim alışkanlıkları doğmaktadır. Sokak lezzetleri de bu alışkanlıklardan birisi olmuştur.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde sokak lezzetleri her bölgenin kendisine özel olarak oluşturduğu temel bir yemek alanı olmuştur. Sokak lezzetleri; hızlı tüketim, ucuz fiyat, geleneksellik ve çeşitlilik gibi sebeplerle yoğun nüfuslu kentlerde yeniden bir alışkanlık haline gelmiştir. Sokak lezzetlerine ilgi duyan ve tüketen kişiler bu lezzetlerde kalite ve hijyenden çok ortaya çıkan haz duygusu ile ilgilenmektedirler.

Sokak lezzetleri bulunduğu toplumun mutfak kültürünü yansıtsa da ayrıca, sokak lezzetlerine bir toplumun gelenekleri, yaşayış biçimleri, alışkanlıkları ve coğrafi konum etki edebilir. Sokak lezzetlerinin sosyal bağları sağlamlaştıran, kültürel ve toplumsal ilişkileri teşvik eden bir yapısı vardır. Sokakta satılan ürünler için kullanılan tezgahlar veya mobil yiyecek arabaları, insanları bir araya getirebilen ve sokaklarda sosyal etkileşimi teşvik eden araçlar olabilmektedir. İnsanlar, sokak lezzetleri tüketimi sırasında yeni insanlarla tanışarak ve ortak bir deneyim yaşayarak kültürel etkileşimlerde bulunabilmektedirler. Bu, toplumsal bağların güçlenmesine ve kültürel kimliğin oluşumuna katkıda bulunmaktadır.

Günümüzde sokak lezzetleri Türkiye’de oldukça yaygın ve özellikle İstanbul’da en popüler olduğu dönemi geçirmektedir. Ayrıca, sokak lezzetleri kişilerin ve toplumun kimlik oluşumundaki unsurlardan biridir. İnsanlar, sokak lezzetleri aracılığıyla kendi kültürel kimliklerini ifade edebilir ve bu lezzetleri benimseyerek bir grup veya topluluğa aidiyet hissi yaşayabilirler. Sokak lezzetleri, yerel halkın ve turistlerin İstanbul'un kültürel kimliğini deneyimlemelerine ve içselleştirmelerine yardımcı olmaktadır.

Sonuç olarak, bu çalışma sokak lezzetlerinin kültürel etkilerini inceleyerek, İstanbul gibi çok kültürlü bir şehirde kültürel kimlik oluşumunda ve toplumsal ilişkilerde önemli bir rol oynadıklarını ortaya koymuştur. Sokak lezzetlerinin kültürel mirasa, toplumsal bağlara ve kimlik oluşumuna olan katkıları vurgulanmalı ve bu lezzetlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması sokak lezzetleri satıcıları veya üreticileri tarafından

önemsenmelidir. İleride yapılacak araştırmalar, sokak lezzetlerinin farklı bölgelerdeki kültürel etkilerini daha detaylı şekilde inceleyebilir ve bu lezzetlerin toplum üzerindeki etkilerini daha kapsamlı bir şekilde anlamamıza yardımcı olabilir.

Araştırma konusu olarak belirlenen sokak lezzetlerinin, İstanbul'un kültürel kimliğinin tarih, gelenekler, coğrafi konum ve bölgelerin kültürleri aracılığıyla sokak lezzetleri üzerinden yansıtıldığı sonucuna varılmıştır. İstanbul'un kültürünü anlamak ve anlamlandırmak için sadece tarihini bilmenin yetmemesiyle birlikte geleneksellik ve geçmişten günümüze kadar gelen değişimler ışığında sokak lezzetlerini inceleyerek de anlamının mümkün olduğu tespit edilmiştir.

Sokak lezzetlerinin günümüzde gelenekselliğini ve geçmişini koruduğu ve bu sayede potansiyelini her zaman yukarıda tuttuğu gözlemlenmiştir. Sokak lezzetlerinin asıl temel noktasının ilk ortaya çıktığı zamanlarda olduğu belirlenmesiyle beraber günümüzde şehrin popülerliği ve insanların ilgisiyle farklı bir noktaya evrildiği görülmektedir. Sokak lezzetlerinin her bölgede farklılaştığı fakat genellikle tarihi bir geçmişi ve kültürü olan (Eminönü, Beyoğlu) yerlerde revaçta olduğu görülmektedir.

İnsanları sokak lezzetlerini tercih etmeye yönelten pek çok neden vardır. Sokak lezzetlerinin hazırlığının hızlı olması, kolay erişilebilir olmaları, doyurucu ve lezzetli olmaları, fiyatının uygun olması ve ödenecek hesabın öngörülebilir olması gibi sebeplerle insanlar sokak lezzetlerini tercih edebilmektedirler.

İstanbul'da sokak lezzetlerinin ön planda olduğu bölgeler önceden belirlenmiş ve bu bölgelerde sokak lezzetleri satıcıları, üreticileri ve tüketiciler ile yapılan görüşmeler sonunda tarihi yerlerde bulunan sokak lezzeti mekanlarının bölgenin tarihselliğiyle ilişki kurduğu, ürünlerin gelenekselliğinin lezzetlere etki ettiği ve geçmiş toplumlarda bulunan lezzetlerin günümüzde bir kültür haline geldiği kanısına varılmıştır. Her sokak lezzeti satıcısı veya üreticisinin farklı cevapları olmasıyla birlikte genellikle soruların asıl amacı sokak lezzetleri hakkında bilgi toplamak ve bu lezzetlerin şehrin kültürünü yansıtmasının altındaki nedenlerin ortaya çıkarılmaya çalışılmasıdır. Bu durum sonucunda sokak lezzetlerinin İstanbul'u sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik olarak etkilediği gözlemlenmekte olup ayrıca İstanbul şehrinin kendi kültürel kimliğinden uzaklaşmadığının ve günümüzde popülerleştiğinin kanıtı niteliğindedir.

Araştırma kapsamında demografik özellikler değerlendirildiğinde, araştırmaya 17 sokak lezzeti satıcısı veya üretici, 8 sokak lezzeti tüketicisi katılmıştır.

Görüşme sorularını yanıtlayan sokak lezzeti satıcısı veya üreticisi olan katılımcıların %88'i erkek, %12'si kadındır. İstanbul'un Eminönü, Beyoğlu, Fatih ve Beşiktaş gibi semtlerindeki sokak lezzeti satışı yapan işletmelerde erkek bireylerin yoğunlukta olduğu görülmektedir. Katılımcıların %12'si ilkokul, %53'ü lise ve %35'i ise üniversite mezunudur. Bu bağlamda görüşme yapılan kişilerin yarısından fazlasının lise mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcılarla 10-19 dakika aralığında görüşmeler yapılmıştır. Ayrıca katılımcılarla ortalama 13,1 dakika görüşme yapılmıştır. Görüşme yapılan sokak lezzetleri mekânlarının %29'u Beyoğlu, %29'u Fatih, %24'ü Beşiktaş ve %18'i Eminönü'nün de bulunmaktadır. Buna göre sokak lezzetlerinin Beyoğlu ve Fatih semtlerinde diğerlerine göre daha yoğunlukta olduğu görülmektedir. Görüşme gerçekleştirilen sokak lezzetleri işletmelerinde fast-food konsepti en çok tercih edilen konsept türü olmuştur. Buna göre sokak lezzetleri işletmelerinde sabit bir konseptin olmadığı ve farklı türlerde konseptlerin olduğu belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan sokak lezzeti üreticisi ve satıcılarının 15'i İstanbul'un kültürel kimliğini yansıtan sokak lezzetlerinin gelenek, kültür ve coğrafi konum gibi unsurlar üzerinden olduğunu ifade etmektedirler.

Araştırmaya katılanlar arasında 7 katılımcı bazı sokak lezzetlerinin modern dünyaya ayak uydurması için güncelliğini kaybettiğini belirtmektedirler.

Araştırmanın öncesinde sokak lezzetlerinin ucuz ve hızlı tüketilebilir olma özelliğiyle öne çıkmasının yanı sıra bulgular kısmının verilerine dayanarak sokak lezzetlerinin aslında gelenekleri ve geçmişi yansıtırma özelliği bakımından da değer gördüğü anlaşılmıştır.

Araştırmaya katılan bazı sokak lezzeti satıcıları ve üreticileri birkaç sokak lezzeti hakkında bilinenden daha farklı ve yeni bilgiler ortaya koymaktadırlar. Bunlar;

Araştırmaya katılan kokoreç üreticisi kokoreci Makedon kültüründen öğrenmiş olduğunu ifade etmesiyle birlikte kokorecin ilk olarak Makedon kültüründe ortaya çıktığını belirtmektedir. Katılımcı Makedon kültüründeki kokorecin Yunan kültüründekiyle aynı olduğunu fakat iki kültürün ilişkisinden kaynaklı bir durumdan dolayı yapılaş biçiminde farklılık olduğunu belirtmektedir. Geçmişteki savaş ve göçler nedeniyle kokorecin ülkemize gelmiş olduğu ve yalnız bununla kalmayıp etçilik, sütçülük, muhallebicilik gibi

mesleklerinde beraberinde geldiği belirtilmiştir. Bunun yanı sıra Yunan kültüründe kokorecin kıyıda köşede kalmış bir lezzet olduğunu ve Türkiye’de özellikle İstanbul’da daha popüler hale geldiğini ifade etmektedir. Bunun nedeni ise 70’li yıllardan sonra ülkemize gelen kokorecin Türk insanının damak zevkine uygun olması ve insanların bu lezzeti sokakta yenecek bir lezzet olarak görmesinden kaynaklanmaktadır. Kokoreç İstanbul’a ilk geldiği zamanlarda sadece ekmeğin arasında kokoreç ve tuz girdiği, baharat ve sebze gibi ürünlerin ise günümüzde eklendiği katılımcı tarafından söylenmekte olup bu durumun kokorecin orijinalliğini sekteye uğrattığını belirtmiştir.

Araştırmaya katılan balık ekmek satıcısı sokak lezzeti olarak sunduğu balık ekmeğin lezzetinin bulunduğu bölge olan Eminönü’nden kaynaklı olduğunu yani balık ekmeğin tarihi yapılar ve deniz kenarında tüketilmesinin lezzete etki ettiğini belirtmektedir.

Araştırmaya katılan kelle söğüş üreticisi bu sokak lezzetinin Rumlar tarafından bulunduğunu belirtmesiyle beraber Niğde’de Ulu ağaç adlı köye yerleşen Rumlar tarafından üretilmeye başlandığını belirtmektedir.

Araştırmada elde edilen sonuçlar temel alınarak öneri kısmı oluşturulmuştur. Öneri kısmı oluşturulurken sokak lezzetlerinin geçmişten günümüze olan değişimi ve günümüzdeki kültürel yansımaları temel alınmıştır. Buna ek olarak sokak lezzeti mekânları ziyaretleri sonucunda görülen eksiklerin giderilmesi ve sokak lezzetlerinin şehrin kültüründeki yerinin tarihe, geleneğe, coğrafi konuma ve tanıtıma bağlı olması amacı ile öneriler belirtilmiştir.

Öneriler

- Sokak lezzeti üretici veya satıcıları sattıkları ürünün tanıtımına önem vermelidir.
- İstanbul’da sokak lezzetlerinin popüler olduğu bölgelerin dünya çapında tanıtımı yapılmalıdır.
- Gelenekselliğini yansıtmaya sokak lezzetleri değişime açık olmalıdır.
- Gelenekselliğini koruyan sokak lezzetleri değişime gitmemelidir.
- Şehrin kültürünü yansıtan lezzetlerin gelişimine önem verilmelidir.
- İstanbul’un kültürel mirasının yansımalarını üzerinde toplayan sokak lezzetlerine önem verilmelidir.
- Tarihi yapıların fazlaca bulunduğu bölgelerde sokak lezzetlerinin popüler hale gelmesi için bilgilendirmeler yapılmalıdır.
- Sokak lezzetlerinin bulunduğu bölgeyle neden özdeşleştiğini açıkla nitelikte bilgilendirme panoları hazırlanmalıdır.
- İstanbul sokak lezzetlerinin gastronomik anlamda değer kazanması için sokak lezzetlerinin coğrafi haritalarının çıkartılması ve sokak lezzeti festivallerinin artırılması gerekmektedir.
- İstanbul’u ziyarete gelen yerli ve yabancı turistler için sokak lezzetlerinin konumlarını gösteren ve sokak lezzetlerinin içeriğinin bulunduğu tanıtım kitapçıkları hazırlanmalıdır.
- Sokak satıcılarının sattıkları ürünleri hazırlama, saklama ve sunum aşamalarında uymaları gereken hijyen, sanitasyon ve gıda güvenliği gibi kurallarının belirtilmesi gerekmektedir.

KAYNAKLAR

- Abdussalam, M., & Kaferstein, F. K. (1993). Safety of street foods. *World Health Forum*, 14, 191-194.
- Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi*. Yüksek lisans tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Akgöl, Y., & Birdir, K. (2015). Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Akinbode, S. O., Dipeolu, A. O., & Okunye, P. A. (2011). "Willingness to pay for street food safety in Ogun State, Nigeria". *Journal of Agricultural and Food Information*, 12(2), 154-166.
- Akman, M. (1998). *Yabancı turistlerin Türk mutfağından beklentileri, yararlanma durumları ve Türk mutfağının turizme katkısı üzerine bir araştırma*. Doktora tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Aksoy, M., & Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Aksoy, M., & Üner, E. H. (2016). Rafine mutfağın doğuşu ve rafine mutfak şekillendiren yenilikçi mutfak akımlarının yiyecek içecek işletmelerine etkileri. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6), 1-17.
- Akşit, N. A. (2019). Yerli turistlerin sokak yiyeceklerine yönelik tutumlarının belirlenmesi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 47-61.
- Albustanlıoğlu, T. (2019). Roma İmparatorluğunda fırın organizasyonu ve ekmek üretimi: Pompei ekmeği örneği. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 7(2), 1344-1366.
- Aldrete, G. (2009). *Daily life in the Roman city: Rome, Pompeii, and Ostia*. London: Greenwood Press.
- Alimi, B. A. (2016). Risk factors in street food practices in developing countries: A review. *Food Science and Human Wellness*, 5(3), 141-148.
- Alimi, B. A., & Workneh, T. S. (2016). Consumer awareness and willingness to pay for safety of street foods in developing countries: A review. *International Journal of Consumer Studies*, 40(2), 242-248.
- Altunbağ, E. (2020). *Türkiye'de yazılı medyada sokak lezzetleri*. Yüksek lisans tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Alyakut, Ö. (2020). Kitle kültürünün geleneksel Türk tatlı kültürüne etkisi: İnternet medyasında yeni nesil lokma tatlısı. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(51), 377-391.
- Arslantaş, Y. (2014). Paleolitik ve Mezolitik (epi-paleolitik) Çağ'da barınma. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2), 319-344.

- Asouti, E., & Kabukcu, C. (2019). *The cultural and ecological context of early plant domestication*. Heritage Turkey, 32.
- Atalay, S., & Hastorf, C. (2006). Food, meals, and daily activities: Food habitus at Neolithic Çatalhöyük. *American Antiquity*, 71(2), 283-319.
- Aydın, B. (2020). *Sokak lezzetlerinin gıda güvenliği açısından değerlendirilmesi*. Yüksek lisans tezi, İstanbul Gedik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aydın, O. (2012). Türkiye'de alternatif bir turizm; Sağlık turizmi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 91-96.
- Aydoğdu, A., & Mızrak, M. (2017). Azerbaycan ve Türkiye mutfak kültürünün tarihi birlikteliği ve mevcut durumunun belirlenmesi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 15-25.
- Babaoğlu, A. S. (2015). *Dana ve kuzu kokoreçlerinde polisiklik aromatik hidrokarbonların (pah) oluşum düzeyi üzerine farklı hayvansal yağların etkisi*. Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Gıda Mühendisliği, Konya.
- Bagozzi, R. P., Wong, N., Abe, S., & Bergami, M. (2000). "Cultural and situational contingencies and the theory of reasoned action: Application to fast food restaurant consumption". *Journal of Consumer Psychology*, 9(2), 97-106.
- Ballı E. (2013). Gastronomi turizmi ve Adana mutfak kültürü. 2. *Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*, Adana, 206-218.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi turizmi açısından Adana sokak lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 1-17.
- Ballı, E., Bektarım, N., & Çakıcı, C. (2019). Sokak lezzetleri tüketim sıklığı. *Conference: The Third International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability* (Futourism 2019).
- Bandeoğlu, Z. (2016). Türkiye'de kültür turizmi potansiyeli üzerine bir değerlendirme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 155-168.
- Batu, A., & Batu, H. (2018). Historical background of Turkish gastronomy from ancient times until today. *Journal of Ethnic Foods*, 5(2), 76-82.
- Bayrakcı, S., & Tuncay, N. (2020). *Yemek kültürü kapsamında gastronomi turizminin değerlendirilmesi*. Akademik Gastronomi Çalışmaları. Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.
- Bayraktar, G., & Zencir, E. (2019). Sokak satıcılarının gözünden sokak lezzetleri: İzmir örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1367-1382.
- Bekar, A., & Belpınar, A. (2015). Gastronomi turizmine ilişkin turist görüşlerinin kültürlerarası karşılaştırılması. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 10(38), 6519-6530.
- Bekar, A., & Zağralı, E. (2015). Türk yemek kültürü ve teknolojik gelişmelerin yemek kültürü üzerine etkileri. *Journal of Tourism Theory and Research*, 1(1), 56-67.
- Berna, F., Goldberg, P., Horwitz, L. K., Brink, J., Holt, S., Bamford, M., & Chazan, M. (2012). Microstratigraphic evidence of in situ fire in the Acheulean strata of

- Wonderwerk Cave, Northern Cape province, South Africa. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 109(20), 1215-1220.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor*, 22(87), 159-169.
- Bhowmik, S. K. (2005). Street vendors in Asia: A review. *Economic and Political Weekly*, 40(22/23), 2256-2264.
- Bober, P. P. (2014). *Antikçağ ve Ortaçağ'da sanat, kültür ve mutfak*. İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Bostan, K., Eker, F. Y., Muratoğlu, K., & Aydın, A. (2011). Pişmiş döner kebaplarda mikrobiyolojik kalite ve mikrobiyel gelişim üzerine bir araştırma. *Kafkas Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 17(5), 781-786.
- Bozkurt, H. Ö. (2021). *Türk mutfağı sakatat yemeklerinin gastronomi turizmi kapsamında incelenmesi*. İstanbul: Çizgi Kitapevi.
- Brain, C. K., & Sillen, A. (1988). Evidence from the Swartkrans Cave for the earliest use of fire. *Nature*, 336, 464-466.
- Braudel, F. (2017). *Maddi uygarlık: Gündelik hayatın yapıları*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Brothwell, D. (1969). *Food in antiquity: A survey of the diet of early peoples*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Bucak, T. (2013). Türkiye'de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (30), 205-206.
- Buscemi, S., Barile, A., Maniaci, V., Batsis, J. A., Mattina, A., & Verga, S. (2011). Characterization of street food consumption in Palermo, *Possible Effects on Jealth. Nutrition Journal*, (10), 119.
- Buted, D. R., & Ylagan, A. P. (2014). Street food preparation practices. *Asia Pacific Journal of Education, Arts and Sciences*, 17(2), 53-60.
- Cardoso, R., Companion, M., & Marras, S. R. (2014). *Street food: Culture, economy, health and governance*. New York: Routledge.
- Cebirbay, M., & Aktaş, N. (2007). *Türk mutfağının geleneksel yiyeceği: Döner kebab*. Erişim adresi: <https://www.ayk.gov.tr/wp-content/uploads/2015/01/CEB%C4%B0RBAY-M.-A.-AKTA%C5%9E-N.-T%C3%9CRK-MUTFA%C4%9EI%E2%80%99NIN-GELENEKSEL-Y%C4%B0YECE%C4%9E%C4%B0-D%C3%96NER-KEBAP.pdf>. Erişim tarihi: 15 Haziran 2023
- Chang, R., & Mak, A. (2011). Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When East meets West. *Tourism Management*, 32(2), 307-316.
- Choi, J., Lee, A., & Ok, C. (2013). The effects of consumers perceived risk and benefit on attitude and behavioral intention: A study of street food. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30, 222-237.
- Civitello, L. (2019). *Mutfak ve kültür: İnsanın beslenme tarihi*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Cömert, M., & Güner, E. (2020). Anadolu'da Neolitik Dönemde beslenme alışkanlıkları ve mutfak kültürü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 3426-3440.

- Çavuşoğlu, M., & Çavuşoğlu, O. (2018). Gastronomi turizmi ve Kıbrıs sokak lezzetleri üzerine bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 637-651.
- Davidson, A. (1999). *The Oxford companion to food*. UK: Oxford University Press.
- Dawson, R. J., & Canet, C. (1991). International activities in street foods. *Food Control*, 135-138.
- Demir, Ö., Avcıkurt, C., & Güleç, E. (2019). Eminönü'nde (İstanbul) balık ekmek yeme deneyimleri. *Yüüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3.Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi Özel Sayısı, 201-218.
- Demir, Ş., Akdağ, G., Sormaz, Ü., & Özata, E. (2018). Sokak lezzetlerinin gastronomik değeri: İstanbul sokak lezzetleri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 589-601.
- Demirci, B., & M. Karacaoğlu. (2021). *Gastronomi turizminde sokak lezzetlerinin önemi*. İstanbul: Çizgi Kitapevi.
- Dikkaya, F. (2011). Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nde simit ve simitçiler. *Milli Folklor*, 23(92), 72-76.
- Draper, A. (1996). Street foods in developing countries: the potential for micronutrient fortification. *London School of Hygiene and Tropical Medicine*, 1-60.
- Dündar Arıkan A., & Ekincek, S. (2016). *Kültürel miras olarak gastronomi* (H. Yılmaz, Ed.). İstanbul: Detay Yayıncılık.
- Eren, A. K. (2020). *Sokak lezzetleri girişimcilerinin formal ve informal eğitim düzeylerinin belirlenmesine yönelik nitel bir çalışma: İzmir örneği*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Ergüder, B. S. (2019). "Geleneksel içeceğimiz bozanın tüketim potansiyeli üzerine bir araştırma: İstanbul örneği". Yüksek lisans tezi, Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Evershed, R. P., Payne, S., Sherratt, A., Copley, M. S., Urem-Kotsu, D., Kotsakis, K., & diğerleri (2008). "Earliest date for milk use in the near East and Southeastern Europe linked to cattle herding". *Nature*, 455, 528-531.
- FAO, (2009). *Street foods*. Erişim adresi: <http://www.fao.org/fcit/food-processing/street-foods/en/>. Erişim tarihi: 15 Haziran 2023.
- FAO. (1986). *Street foods in developing countries: lessons from Asia*. Erişim adresi: <https://www.fao.org/3/u3550t/u3550t08.htm>. Erişim tarihi: 21 Haziran 2023.
- Fellows, P., & Hilmi, M. (2011). Selling street and snack foods. *Rome: Rural Infrastructure and Agro-Industries Division Food and Agriculture Organization of the United Nations*.
- Fisher, C. (2016). *The world's best cities for street food*. Erişim adresi: <http://www.foodandwine.com/slideshows/worlds-best-cities-for-street-food>. Erişim tarihi: 25 Haziran 2023.
- Flandrin, J. L., & Montanari, M. (2000). *Food: A culinary history from antiquity to the present (European perspectives: A series in social thought and cultural criticism)*. New York: Columbia University Press.

- Gavcar, E., Uçma, T., & Koroğlu, Ç. (2006). Seyyar pazar esnafının sorunları ve çözüm önerileri (Muğla ili örneği). *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), 133-142.
- Gibbons, A. (2007). "Food for thought: Did the first cooked meals help fuel the dramatic evolutionary expansion of the human brain?". *Science*, 316(5831), 1558-1560.
- Girgin, G. (2019). *Tüketicilerin sokak lezzeti tercihleri ve hijyen algılarının kişilik tiplerine göre incelenmesi*. Yüksek lisans tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Muğla.
- Goody, J. (2013). *Yemek, mutfak, sınıf karşılaştırmalı sosyoloji çalışması*. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Gosden, C. (2020). *Tarih öncesi*. İstanbul: Dost Yayınları.
- Gök, İ. (2019). *Yabancı turistlerin Türk mutfağı hakkındaki görüşlerinin gastronomi turizmi çerçevesinde incelenmesi: Atatürk havalimanı bölgesi otelleri üzerine bir araştırma*. Yüksek lisans tezi, İstanbul Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gövce, A. M. (2016). *Gastronomi turizmi ve gastronomik etkinliklere katılımın yaşam tarzları açısından incelenmesi*. Yüksek lisans tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Güngör, A. (1998). Neolitik Dönemde beslenmenin insan morfolojisine yansımaları. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 38(2), 367-379.
- Güngörür, M. N., & Bostan, K. (2019). İstanbul'da satışa sunulan midye dolmaların mikrobiyolojik kalitesi. *Aydın Gastronomy*, 3(1), 55-63.
- Gürsoy, D. (2013). *Yiyelim içelim, tarihini bilelim: dünden bugüne gastronomi*. İstanbul: Oğlan Yayıncılık.
- Gürsoy, D. (2014). *Deniz Gürsoy'un gastronomi tarihi*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Gürsoy, D. (2018). *Gastronomi tarihi*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Haleegoah, J. A. S., Ruvienkamp, G., Essegbey, G., Frempong, G., & Jongerden, J. (2016). Street-vended local foods transformation: Case of Hausa Koko, Waakye and Ga Kenkey in urban Ghana. *Advances in Applied Sociology*, 6, 90-100.
- Hasdemir, G. (2022). *Sakarya ili bağlamında sokak lezzetlerinin gastronomi açısından değerlendirilmesi*. Yüksek lisans tezi, İstanbul Topkapı Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Hatipoğlu, A., & Batman, O. (2014). Osmanlı saray mutfağına ait gastronomik unsurların günümüz Türk mutfağı ile kıyaslanması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(2), 62-74.
- Heelan, C. A. (2014). *The world's best street food: 12 top cities*. Erişim adresi: <http://www.frommers.com/slideshows/818551-the-world-s-best-street-food-12-topcities#slide837005>. Erişim tarihi: 18 Haziran 2023.
- Henderson, J. C. (2009). Food tourism reviewed. *British food journal*, 111(4), 317-326.
- Holleran, C. (2016). *Food hawkers: selling in the streets from antiquity to the present*. London: Routledge.

- Ignatov, E., & Smith, S. (2006). Segmenting Canadian culinary tourists. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 235-255.
- Iğdır, E. (2020). Gastronomi turizmi kapsamında sokak lezzetlerinin yeri ve gastronomik bir ürün olarak değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Research Institute*, 1(2), 101-110.
- Isaacs, B. (2014). *The tastiest food is in the small streets: The politics of flavor and nostalgia in Bangkok* (R.C. Vieira-Cardoso, M. Companion, & S. R. Marras, Ed.). Routledge.
- Işın, P. M. (2018). *Avcılıktan gurmeliğe – yemeğin kültürel tarihi*. Ankara: Yapı Kredi Yayınları.
- İkiz, A. N., & Yeşiltaş, M. (2018). Yerli turistlerin satın alma davranışlarının beş faktör kişilik özelliklerine göre karşılaştırılması. *Turizm Akademik Dergisi*, (1), 177-188.
- İrigüler, F., & Öztürk, B. (2016). Street food as a gastronomic tool in Turkey. II. *International Gastronomic Tourism Congress Proceedings*, İzmir.
- Karaköse, S. (2023). *Göbekli Tepe kazısında ortaya çıkan gastronomik unsurların belirlenmesi*. Yüksek lisans tezi, İstanbul Topkapı Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Kargiglioğlu, Ş. (2019). *Planlı davranış teorisi bağlamında sokak lezzetlerinin destinasyon seçimi ve tekrar ziyaret etme niyetine etkisi: İstanbul ili örneği*. Doktora tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kargiglioğlu, Ş., & Aksoy, M. (2019). Sokak lezzetlerini tatma amacıyla İstanbul’u ziyaret eden turistlerin İstanbul seyahatlerinin değerlendirilmesine yönelik bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 1821-1835.
- Karsavuran, Z. (2018). Sokak yemekleri: Farklı disiplinlerin yaklaşımı ve gastronomi turizmi alanında sokak yemeklerinin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 246-265.
- Khongtong, J., Karim, M. S., Othman, M., & Bolong, J. B. (2017). “The mediation effects of consumers’ need recognition and pre-purchase evaluation in consumers’ decision making on purchasing safe street food: The case in Nakhon Si Thammarat, Thailand” *Foodservice Business Research Dergisi*, 20(2), 192-203.
- Kılıç, B., & Girgin, G. (2021). Tüketicilerin sokak lezzeti tercihleri ve hijyen algılarının kişilik tipleri kapsamında incelenmesi. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 4(1), 122-133.
- Kotler, P., & G. Armstrong. (1999). *Principles of marketing. Eight Edition*, New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Koufadakis, S. X., & Manola, M. (2020). The gastronomy as an art and its role in the local economic development of a tourism destination: A literature review. *Journal of Economics and Business*, 70(1-2), 81-92.
- Kraig, B., & Taylor Sen, C. (2013). *Street food around the world: An Encyclopedia of Food and Culture*. ABC-CLIO.

- Kurt, O. C. (2018). *Bağımsız seyahat eden turistlerin sokak yiyeceklerini tüketme niyetinin planlı davranış teorisi çerçevesinde incelenmesi: İstanbul'da bir çalışma*. Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Küçükşahin, E. (2016). “*Gastronomi ve medya ilişkisi*” (H. Yılmaz, Ed.). Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Lahue, C., Madden, A., Dunn, R., & Heil, C. (2020). History and domestication of *saccharomyces cerevisiae* in bread baking. *Frontiers in Genetics*, 11, 1-15.
- Latifi, L. (2020). *Unutulmaz yöresel yiyecek-içecek deneyimlerinin gastro-turistlerin destinasyon aidiyetleri üzerine etkisi: Marakeş örneği*. Yüksek lisans tezi, Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Lévi-Strauss, C. (1969). *The raw and the cooked: Introduction to a science of mythology*. New York: Harper-Row.
- Lincoln, Y., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Newbury Park: Sage.
- Lourens-Hattingh, A., & Viljoen, B. C. (2001). Yogurt as probiotic carrier food. *International Dairy Journal*, 11, 1-17.
- Lues, J. F., Rasephei, M. R., Venter, P., & Theron, M. M. (2006) “Assessing food safety and associated food handling practices in street food vending”. *International Journal of Environmental Health Research*, 16, 319–328.
- Mandal, M. (2018). *Türkiye’de sürdürülebilir gastronomi turizminin gelişmesinde mutfak şeflerinin rolü*. Yüksek lisans tezi, Atılım Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Ankara.
- Matalas, A. L., & Yannakoulia, M. (2000). Greek street food vending: An old habit turned new. *World Review of Nutrition and Dietetics*, 86, 1-24.
- Merdol, T. K. (2018). *Beslenme antropolojisi*. Ankara: Hatipoğlu Basım ve Yayımları.
- Merriam, S. B. (2013). *Nitel araştırma desen ve uygulama için bir rehber*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Mnguni, E. M., & Giampiccoli, A. (2022). Unpacking street food tourism in South Africa: A literature review and a way forward. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 11(3):1085-1098.
- Montanari, M. (1995). *Kıtlık ve bolluk: Avrupa’da yemeğin tarihi*. Ankara: Nika Yayınevi.
- Moussa, A. M., Altenmüller, H., & Johannes, D. (1977). *Nianchchnum ve Khnumhotep’in mezarı*. Mainz: von Zabern.
- Moy, G., Hazzard, A., & Kaferstein, F. (1997). Improving the safety of street-vended food. *World Health Statistics Quarterly*, 50(1-2), 124-131.
- Mullins, A., & Schleifer, Y. (2010). *İstanbul arka sokak lezzetleri*. İstanbul: Boyut Yayıncılık.
- Newman, L., & Burnett, K. (2013). Street food and vibrant urban spaces: Lessons from Portland, Oregon. *Local Environment*, 18(2), 233-248.

- Njaya, T. (2014). Nature, operations and socio-economic features of street food entrepreneurs of Harare, Zimbabwe. *Journal Of Humanities And Social Science*, 19(4), 49-58.
- Nonato, I. L., Almedia, L. O., Pascoal, G. B., & De-Souza, D. A. (2016). Nutritional issues concerning street foods. *Journal of Clinical Nutrition & Dietetics*, 2(1), 1-9.
- Outman, A. K. (2008). *Avcı toplayıcı insanlar ve ilk çiftçiler tarih öncesinde damak tadının evrimi*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Önçel, S. (2015). Türk mutfağı ve geleceğine ilişkin değerlendirmeler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), 33-44.
- Özalp, S. (2019). *Doğu Anadolu'da salep orkideleri ve salep kültürü*. Yüksek lisans tezi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Ortaöğretim Fen ve Matematik Eğitimi, Van.
- Özbek, M. (2010). *İnsanın tarih öncesi evrimi*. İstanbul: Bilim ve Gelecek Kitabevi Yayınları.
- Özden, B. (2015). *İstanbul sokak satıcılarının kullandıkları seyyar araçlar*. Erişim adresi: <http://foodinlife.com.tr/makale/670>. Erişim tarihi: 10 Haziran 2023.
- Özer, Ç., & Atay, E. (2022). Osmanlı saray mutfağı teşkilatı ve Escoffier mutfak hiyerarşisi üzerine bir araştırma. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 6(2), 468-477.
- Özkaya, F., & Sarıcan, B. (2014). Latin Amerika mutfağının kültürel etkileşim yolu. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 36-45.
- Özmen, R. (2019). *Destinasyon çekiciliği olarak gastronomi turizmi: Çanakkale örneği*. Yüksek lisans/Doktora tezi, Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Öztürk, B. (2022). *Turistlerin sokak lezzetlerine ilişkin tutum ve imaj algısının satın almaya etkisi (İzmir örneği)*. Yüksek lisans tezi, Mardin Artuklu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Mardin.
- Öztürk, D., & Tekin, M. (2020). Hazır giyim sektöründe tüketicilerin satın alma davranışları. *Ünye İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 15-27.
- Polat, D. D., & Gezen, A. (2017). Gastronomide sokak yiyecekleri ve satıcıları: Teorik bir çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 117-124.
- Polat, M. (2020). Yöresel yemek imajının destinasyon tercihinin etkisi: Kahramanmaraş örneği. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 25(43), 183-194.
- Polit, D. F., & Beck, C. T. (2014). *Essentials of nursing research: appraising evidence for nursing practice*. Philadelphia: Wolters Kluwer.
- Ponting, C. (2008). *Dünyanın yeşil tarihi*. İstanbul: Sabancı Üniversitesi.
- Privitera, D., & Nesci, F. S. (2015). Globalization vs. local. the role of street food in the urban food system. *Procedia Economics and Finance*, 22(22), 716-722.
- Proietti, I., Frazzoli, C., & Mantovani, A. (2014). Identification and management of toxicological hazards of street foods in developing countries. *Food and Chemical Toxicology*, 63, 143-152.

- Ranadheera, R. D. C. S., Baines, S. K., & Adams, M. C. (2010). Importance of food in probiotic efficacy. *Food Research International*, 43, 1-7.
- Rane, S. (2011). Street vended food in developing world: hazard analyses. *Indian J. Microbiol*, 51(1), 100-106.
- Sağır, A. (2012). Bir yemek sosyolojisi denemesi örneği olarak Tokat mutfağı. *Turkish Studies*, 7(4), 2675-2695.
- Sert, S., & Kapusuz, F. (2010). "Açıkta satılan gıdalar, öğrencilerin görüşleri ve tercih etme nedenleri üzerine bir araştırma". *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 5(3), 25- 35.
- Shipman, D. Ç. (2012). *Ekmek bir tutkudur*. İstanbul: Boyut Yayıncılık.
- Sibbesson, E. (2019). Reclaiming the rotten: Understanding food fermentation in the Neolithic and beyond. *Environmental Archaeology*, 27(2), 1-12.
- Sicard, D., & Legras, J. (2011). Bread, beer and wine: yeast domestication in the *saccharomyces Sensu Stricto* complex. *Comptes Rendus Biologies*, 334(3), 229-236.
- Silvertown, J. (2018). *Darwin'le akşam yemeği*. İstanbul: Kolektif Kitap.
- Sinclair, T. R., & Sinclair, C. J. (2010). *Bread, beer and the seeds of change: Agriculture's imprint on world history*. CABI: Chippenham.
- Solunoğlu, A. (2018). *Sokak lezzetlerine ilişkin tüketici tutumları: Gaziantep ve İstanbul örnekleri*. Doktora tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Solunoğlu, A., & Nazik, M. H. (2018). Sokak lezzetlerine ilişkin tüketici tercihleri: Gaziantep örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 40-59.
- Sökmen, C. (2018). *Gastronomi turizmi alanyazının gelişimi: Journal of Tourism and Gastronomy Studies dergisinde yayımlanan makaleler üzerine bir inceleme*. Yüksek lisans tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Söylemez, H. (2015). *Antik Roma'da yaşam ve Roma Ailesi'nin bir günü*. Bitirme tezi, Antalya: Akdeniz Üniversitesi Edebiyat Fakültesi.
- Standage, T. (2016). *İnsanlığın yeme tarihi*. İstanbul: Maya Kitap.
- Sünnetçioğlu, S., & Yıldırım, H. M. (2019). Sokak yiyeceklerinin tüketiminde satıcıya olan güven, algılanan risk, algılanan fayda, tutum ve satın alma niyeti arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(3), 2799-2818.
- Şen, M. A. (2017). Topraktan külaha yasak hazine salep. *Gıda Mühendisliği Dergisi*, 42, 65-69.
- Şimşek, A. (2018). *Sokak yemekleri. Gastronomi ve yiyecek tarihi*, İstanbul: Detay Yayıncılık.
- Talas, M. (2005). "Tarihi süreçte Türk beslenme kültürü ve Mehmet Eröz'e göre Türk yemekleri". *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*. (18), 273-283.
- Tannahill, R. (1973). *Food in history*. London: Eyre Methuen.
- Tarınç, A. (2019). *Avrupa ve Türkiye'deki sokak tatlılarının karşılaştırılması. Turizmin Temelleri Kültürel Değerler, Pazarlama ve İletişim*. Iksad Publications.

- Taylor, S. J., Bogdan, R., & DeVault, M. (2015). *Introduction to qualitative research methods: a guidebook and resource*. London: John Wiley & Sons.
- Tezcan, M. (2000). *Türk yemek antropolojisi yazıları: Türk ve yabancı mutfaklarına genel bir bakış*, Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Tinker, I. (1987). Street foods. *Current Sociolog*, 35, 1-110.
- Tinker, I. (1999). Street foods into the 21st century. *Agriculture and Human Values*, 16(3), 327-333.
- Türk Dil Kurumu. (2020). *Türk Dil Kurumu sözlükleri*. Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr>. Erişim tarihi: 29 Kasım 2023.
- Türk, Z. (2020). Tüketicilerin duygusal zekâ düzeylerinin satın alma davranışları üzerindeki etkisi: Görgül bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(4), 65-82.
- Türnüklü, A. (2020). “Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilecek nitel bir araştırma tekniği: görüşme”. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 24(24), 543-559.
- Uhri, A. (2021). *Ateşin kültür tarihi*. İzmir: Sakin Kitap.
- UPA. (2008). *Urban agriculture for sustainable poverty alleviation and food security*. Erişim adresi: https://www.fao.org/fileadmin/templates/FCIT/PDF/UPA_WBpaper-Final_October_2008.pdf. Erişim tarihi: 18 Eylül 2023.
- Uzut, S. (2022). *Sokak lezzetlerinde çeşitlilik arayışı motivasyonunun memnuniyet üzerindeki etkileri: İstanbul örneği*. Yüksek lisans tezi, Mardin Artuklu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Mardin.
- Üzülmez, M. (2021). Yöresel mutfak ve destinasyon ve gastronomi turizmi arasındaki ilişkiye yönelik bir inceleme. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 3(1), 23-36.
- Vigne, J. D., Peters, J., & Helmer, D. (2005). New archaeozoological approaches to trace the first steps of animal domestication: General presentation, reflections and proposals. *Proceedings of the 9th Conference of the International Council of Archaeozoology*, 1-16.
- Wilkins, J., & S. Hill. (1994). *The life of luxury*. Blackawton, Totnes: Prospect Books.
- Wollstonecroft, M. (2011). Investigating the role of food processing in human evolution: a niche construction approach. *Archaeological and Anthropological Sciences*, 3, 141-150.
- Wrangham, R. (2009). *Catching fire: how cooking made us human*. USA: Basic Books.
- Yentür, F., & Öztürk, B. (2016). Street food as a gastronomic tool in Turkey. *II. International Gastronomic Tourism Congress*, 49-64.
- Yıldırım, A., & Şimsek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, Ö., & Albayrak, A. (2019). Yabancı turistlerin İstanbul sokak yemeklerini değerlendirmeleri üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1077- 1092.

- Yıldız, E. (2020). Gastronomik ürün olarak sokak lezzetleri: İzmir sokak lezzetleri üzerine bir araştırma. *The Journal of Academic Social Science*, 8(104), 353- 366.
- Yılmaz, G. (2016). Gastronomi ve turizm ilişkisi üzerine bir değerlendirme. *Journal of Travel and Hospitality Management*, 14(2), 171-191.
- Yurdakök, M. (2013). Yoğurdun öyküsü, probiyotiklerin tarihi. *Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi*, 56, 43-60.
- Zorlu, T., & Keskin, K. (2017). Kültür-konut etkileşiminde mahremiyet olgusu: geleneksel Urfa-Akçaabat/orta mahalle evleri üzerinden karşılaştırmalı bir analiz. *Online Journal of Art and Design*, 5(2), 72-89.



EK 1. YARI-YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME FORMU

Görüşme Soruları	
1	Sattığınız veya ürettiğiniz sokak lezzetinin tarihsel bir geçmişi var mı? Günümüzde herhangi bir değişikliğe uğramış mı?
2	Ürettiğiniz sokak lezzetlerinin nostaljik bir durumu var mıdır?
3	Günümüz itibariyle sokak lezzetlerinin yiyecek-içecek sektörüne etkisi nedir? Geçmişte bu durum nasıldı?
4	Ürettiğiniz veya sattığınız sokak lezzetinin bulunduğu bölgeyle bir bağı var mı? Var ise bu durum sokak lezzetlerini nasıl etkiliyor?
5	Ürettiniz veya sattığınız sokak lezzeti şehrin kültürüne nasıl yansıyor?
6	Sattığınız sokak lezzetinin tarihi boyunca geçirdiği evrelerden haberdar mısınız? Bununla birlikte güncel olarak ürettiğiniz sokak lezzetinizin gelecekte yaşatılması için neler yaparsınız?
7	Ürettiğiniz veya sattığınız sokak lezzetini hangi ürünler oluşturmaktadır ve yapım aşamaları nasıldır?
8	Bir tüketici olarak sokak lezzetleri bulunan destinasyonları hangi nedenlerle tercih edersiniz ve hangi konular sizin için önemlidir?
9	Bir tüketici olarak İstanbul'da bulunan sokak lezzetlerinin şehrin kültüre etkisi nasıl yansımaktadır?
10	Bir tüketici olarak İstanbul'da en çok hangi sokak lezzetlerini tercih ediyorsunuz ve hangi lezzetlerin şehri yansıttığını düşünüyorsunuz?