



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2025, 9(3): 344-366.

<https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1604>

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Türkiye Dostu Devletlerden Gelen Öğrencilerin Lezzet Bağlamında Türk Tatlılarına Bakış Açıları*

Selahatdin GÖRGÜLÜ, Yüksek Lisans Öğrencisi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Kütahya, e-posta: selahatdin.gorgulu@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8595-8100>

Doç. Dr. Serdar EREN, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Kütahya, e-posta: serdar.eren@dpu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9733-2308>

Öz

Türk tatlıları, zengin bir kültürel miras ve mutfak tarihini kapsayan bir geleneğe dayanmaktadır. Türk tatlıları, yüzyıllar boyunca kurulan farklı Türk devletlerinin etkisiyle bölgesel ve kültürel farklılıklara uğrayarak gelişmiş ve çeşitlenmiştir. Tarihi unsurlar ve günümüz çağdaş koşullar dikkate alındığında, Türk tatlılarının Türkiye dostu devletler ile lezzet algılarının incelenmesi, kültürel ve tarihi bağlam açısından etkili olacaktır. Çalışmanın amacı, Türkiye dostu ülkelerden gelen öğrencilerin Türk tatlılarına ilişkin bakış açılarını, lezzet ve tat deneyimleri üzerinden incelemektir. Bu amacı gerçekleştirmek için Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde okuyan Türkiye dostu ülkelerden gelen on bir öğrenci ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amacı kapsamında, olgu bilimi deseni kullanılarak içerik analizi yapılmıştır. Çalışmada, Türk tatlılarının standartlaştırılmasındaki eksiklerin olduğu, üretimde kullanılan ürünlerin kalitesine ekonomik unsurların etkilendiği ve kullanılan ürün çeşitliliğinin lezzet üzerindeki etkisinin belirgin sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu çalışma, Türkiye dostu ülkelerde Türk tatlılarının tanıtımı ve lezzet faktörleri açısından bilinirliğinin araştırılmasına katkı sağlayabilir.

* Bu çalışma, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne sunulan Gastromilliyetçilik ve Lezzet Bağlamında Türk Tatlılarının Uluslararası Pazarlara Uygunluğu çalışma başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Lezzet, Kültürel Miras, Kültürel Etkileşim.

Makale Gönderme Tarihi: 14.07.2025

Makale Kabul Tarihi: 08.12.2025

Önerilen Atıf:

Görgülü, S. ve Eren, S. (2025). Türkiye Dostu Devletlerden Gelen Öğrencilerin Lezzet Bağlamında Türk Tatlılarına Bakış Açıları, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(3): 344-366.



Journal of Turkish Tourism Research

2025, 9(4): 344-366.

<https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1604>

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

Perspectives of Students Coming from Turkish-Friendly States on Turkish Desserts in Terms of Flavor

Selahatdin GÖRGÜLÜ, MSc. Student, Kütahya Dumlupınar University, Institute of Graduate Programs, Kütahya, e-mail: selahatdin.gorgulu@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8595-8100>

Associate Prof. Dr. Serdar EREN, Kütahya Dumlupınar University, Faculty of Applied Sciences, Kütahya, e-mail: serdar.eren@dpu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9733-2308>

Abstract

Turkish desserts are based on a tradition encompassing a rich cultural heritage and culinary history. Turkish desserts have developed and diversified through regional and cultural differences under the influence of different Turkish states established over the centuries. Considering historical elements and contemporary conditions, examining the taste perceptions of Turkish desserts with Turkey-friendly states will be effective in terms of cultural and historical context. The study aims to examine the perspectives of students from Turkey-friendly countries on Turkish desserts through their taste and flavor experiences. In order to achieve this aim, interviews were conducted with eleven students from Turkey-friendly countries studying in the Gastronomy and Culinary Arts Department of Kütahya Dumlupınar University, Faculty of Applied Sciences. Within the scope of the research purpose, content analysis was conducted using the phenomenological design. The study found deficiencies in the standardization of Turkish desserts, the existence of economic factors in the perception of the quality of the products used in production, and the variety of products used affected the experienced taste. This study may contribute to promoting Turkish desserts in Turkey-friendly countries and research their awareness of taste factors. The findings were compared with the studies in the literature, and suggestions were presented for the sector and academia.

Keywords: Flavor, Cultural Heritage, Cultural Interaction.

Received: 14.07.2025

Accepted: 08.12.2025

Suggested Citation:

Görgülü, S. and Eren, S. (2025). Perspectives of Students Coming from Turkish-Friendly States on Turkish Desserts in Terms of Flavor, *Journal of Turkish Tourism Research*, 9(3): 344-366.

GİRİŞ

Toplumlar tarafından kültürün ve kültürel alışverişin gelecek kuşaklara ulaşmasına olanak sağlayan önemli unsurlardan biri mutfak kültürüdür. Benzer kökene sahip toplumların mutfakları bu kültürel alışverişin zengin örnekleri arasındadır. Bu zenginliklerin lezzet bağlamında araştırılması gerekmektedir. Toplum mutfaklarının yemek alışkanlıkları lezzet bakımından farklılıklar gösterebilmektedir. Benzer kökene sahip toplumların mutfak çeşitliliklerinde oluşan farklılıkların fark edilmesi ve uluslararası pazarlara uyarlanması kültürel ve ticari bir güç olarak katkıda bulunabilir.

Türk toplumlarında mutfak kültürü, Türkiye dostu ülkelerle evrensel ortak bir kültür ile Türkiye açılıma katkı sağlayan bir köprü görevi görmektedir. Bu ortak kültürün en dikkat çekici unsurlarından biri zengin tarihi ve çok çeşitliliği ile öne çıkan Türk tatlılarıdır. Türk tatlıları kültürel miras ve gastronomik lezzetler bakımından günümüzde varlığını sürdüren büyük bir mirası oluşturmaktadır. Tarih boyunca farklı coğrafyalarda kurulan Türk devletleri bu mirası devam ettirmiştir. Türk tatlılarının kültürel alışverişler ile farklı coğrafyalarda yapılaş içerikleri ve lezzet bakımından nasıl değişiklik gösterdikleri araştırılması gerekmektedir. Bu coğrafyalarda yaşayan insanların lezzet bağlamındaki bireysel tat tercihleri ve kültürel bakış açıları incelenerek tat, kültür ve kimlik arasındaki etkileşimler ortaya konulacak; değişikliğe uğrayan tatlar, katılımcıların deneyimlerinden yola çıkarak açıklığa kavuşturulacaktır.

Alan yazın çalışmaları incelendiğinde Türkiye dostu devletlerin ortak mutfak kültürlerinin, lezzet (Bakan, 2021; Badem, 2023), kültürel etkileşim (Tavkul, 2007; Doğan, 2006), zengin mutfak kültürü (Brownlie vd., 2005; Kasar, 2021), uluslararası pazarlama (Yaşar ve Tekeler, 2023; Aydın vd., 2021), kültürel miras (Boyras ve Sandıkçı, 2023; Demirkıran ve Demir, 2023), kültürleşme (Saygın ve Hasta, 2018; Gülnar, 2011), farklı coğrafyalar (Yılmaz ve Kılıçoğlu, 2018; Olcay ve Nasır, 2016), gastronomik lezzetler (Sinha ve Haluwalia, 2024; Özgüneş, 2020), ulusal kimlik (Tastan, 2012; Arıkan, 2008) gibi konular üzerine çalışmaların bulunmasına rağmen nitel çalışmaların eksikliği ve tatlıların geçmişine dair belgelenmiş verilerinin bulunmaması bu çalışmanın yapılmasını zorunlu hale getirmektedir. Bu çerçevede Türk tatlıları üzerine daha geniş bir kapsamda özgün çalışmalara ihtiyaç duyulduğu anlaşılmaktadır.

Bu araştırmanın amacı, Türkiye dostu ülkelere gelen öğrencilerin Türk tatlılarına ilişkin bakış açılarını, lezzet ve tat deneyimleri üzerinden incelemektir. Çalışma Türk tatlılarının dokularını, tatlarını, ağız hissi ve imajlarını değerlendirerek Türkiye dostu devletlerden gelen öğrencilerin Türk tatlılarına yönelik bakış açılarını ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu çalışma Türk tatlıları üzerine çalışma yapmak isteyen araştırmacılara rehberlik etmek ve Türk mutfak şeflerine fayda sağlayacağı amacıyla yapılmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Lezzet Kavramı

Lezzet kavramının sözlükteki tanımlarına bakıldığında ağız yoluyla alınan tat, herhangi bir şey karşısında duyulan zevk veya haz (TDK, 2024), tat hissiyatını etkileyen kalite ölçütü, ağızda bir maddenin uyandırdığı tat ve koku duyularının karışımı (Meriam-Webster, 2024) gibi genel ya da birkaç özelliğin birleşmesiyle oluşturulduğu görülmektedir. Günümüzde lezzet kavramının genellikle tat ve koku kavramlarıyla ifade edilmektedir. Bu durumun bireylerin lezzet konusunda yeterli tanımlama bilgilerinin olmamasının yanında lezzet konusunda sözlüklerde yapılan tanımların çelişkili ve eksik olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Lezzet Kavramını farklı boyutlarıyla ortaya çıkaran ilk çalışmalar gıda teknolojisi ve gıda mühendisliğinin

gelişmeye başladığı yıllarda ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu çalışmalarda lezzetin tat ve koku değişkenleri üzerinde olası etkilerinin araştırıldığı, zevk ile haz yaratan ağız hissi, görüntü (imaj) ile bireyler arasındaki kişilik ve geçmiş deneyimleri özgün boyutlarıyla ifade eden psiko-demografik farklılıklar üzerinde pek fazla durulmamıştır. Gastronomi ve mutfak sanatları bilim dalının gelişimi ile ortaya çıkmaya başlayan yeni tanımlarda önceleri lezzet, tat, aroma (koku), ağız hissi ve psiko-demografik faktörlerin bir bütünü olarak tanımlanmıştır (Dornenburg ve Page, 2008). Bu tanım genel olarak kabul görmekle birlikte lezzetin tüketilen maddenin sunumunu da kapsayan görüntü (imaj) unsurunun lezzet eşitliğine eklenmesi gerektiği fikri kabul edilmiştir (Klosse, 2014). Tüm bu verilen bilgiler doğrultusunda lezzet, beş duyu organıyla tüketilen yiyecek ve içeceklerin görüntü, tat, aroma ve ağız hislerinin beyinde yarattığı etkiler ile bu etkilerin farklı psiko-demografik unsurlara sahip bireylerde ortaya çıkardığı haz ve zevkler olarak tanımlanmıştır (Auvray ve Spence, 2008).

Lezzet tanımlarında ortaya çıkan ilk değişken tat olarak ifade edilmektedir. Tat kavramı ile bireyin ağzına aldığı her türlü gıda maddesinin tatlı, tuzlu, acı, ekşi, umami ve metalik olarak ifade edilmesinden kaynaklanan bir yapıdan bahsedilmektedir. Söz konusu farklı tatların gıda maddelerinin genel özelliklerinin yanı sıra kullanılan üretim tekniği ile tepkimelere girmesi ile ortaya çıktığı ileri sürülebilir. Tat kavramının ortaya çıkmasında etkili olan ilk faktör tatlı ya da tatlılıktır. Tatlılık öncelikle şekerler ve bazı yapay tatlandırıcılar gibi bileşiklerin dilde bulunan tatlı tat reseptörleriyle algılanması olarak ifade edilebilir (Schifferstein, Kudrowitz ve Breuer, 2022). Tatlılık; temelde glikoz, fruktoz ve sakaroz gibi doğal şekerler, Aspartam, sukraloz ve sakarin gibi yapay tatlandırıcılar ile Thaumatin ve Monelin gibi proteinlerin moleküller bazında dilde bulunan reseptörler tarafından algılanmasıyla ortaya çıkmaktadır (Drewnowski, Mennella, Johnson ve Bellisle, 2012). Tat kavramının ikinci ögesi olan tuzluluk, temel olarak gıdalardaki sodyum iyonlarının dildeki reseptörler tarafından algılanmasıyla ortaya çıkmaktadır. Tuzluluk vücudun elektrolit dengesinin sağlanmasında, hidrasyonda ve genel fizyolojik işlevlerin etkinliğinde önemli bir rol oynamaktadır (Albarracín vd., 2011). Tat değişkeninin üçüncü ögesi acılık olarak ifade edilmektedir. Acılık genellikle doğada toksisiteyi işaret edebilen bileşiklerle ilişkili olan organizmaların zararlı maddelerden kaçınmasına yardımcı olan koruyucu işleve sahip bir tattır. Acı tat Alkaloidler (Kafein, Kinin veya strikinin), Polifenoller (çay ve şaraptaki taninler) belirli peptitler ve tuzlar şeklinde birçoğu yapısal olarak çeşitli kimyasal bileşiklerle ifade edilmektedir (Drewnowski, 2001). Tat faktörünü oluşturan diğer bir unsur ise ekşi ya da ekşilik olarak adlandırılmaktadır. Ekşi tat gıdalardaki asidik bileşiklerin bulunma derecesinin dil üzerindeki reseptörler tarafından algılanmasıyla ortaya çıkmaktadır. Gıdaların PH oranlarının tespit edilmesinde ve dolayısıyla tazelik ile bozulma belirtilerinin keşfedilmesinde sıkça kullanılmaktadır. Ekşilik asitlerin suda çözündüğünde saldırdığı hidrojen iyonlarının (H) tespitiyle ilgili olmaktadır. Gıdalarda organik asitler, sitrik asit (turunçgiller), malik asit (elma), tartarik asit (üzüm) ile inorganik asitler (hidroklorik asit) ekşiliğin hissedilmesini sağlayan kaynaklar olarak açıklanabilir (Da Conceicao Neta, Johanningsmeier ve McFeeters, 2007). Tat faktörünün beşinci unsuru Umami olarak adlandırılmıştır. Japonca'da "Lezzetli tat" anlamına gelen Umami, genellikle et suyu, eskitilmiş peynirler, soya sosu ve tütülenmiş etler gibi yiyeceklerde bulunan gövde ve derinlikle karakterize edilen bir tattır (Hartley, Liem ve Keast, 2019). L-Glutamat (Proteinlerde bulunan ve birçok yiyecekteki umami tadını yaratan amino asit), İnözün Monofosfat (et ve balıkta bulunmaktadır) ve Guanosin Monofosfat (Mantarlarda ve Kurutulmuş yiyeceklerde bulunmaktadır) gibi bileşikler Umaminin dil reseptörlerinde algılanmasını sağlayan kaynaklar olarak sayılabilmektedir (Fuji ve Shimizu, 1993). Tat faktörünün altıncı unsuru Metalik olarak adlandırılmaktadır. Metalik tat genellikle metal içeren demir, bakır veya diğer maddelerin ağızda metal benzeri bir tat yaratması anlamına gelmektedir. Birtakım yiyecekler, tıbbi durumlar, ilaçlar veya çevresel faktörler metalik tadın algılanmasını sağlayan kaynaklar olarak görülmektedirler. Hayvanların iç organları, kanatlı hayvanların koyu etleri, kabuklu deniz ürünleri, ton, sardalya

ve uskumru balıklarının konserveleri, asiditesi yoğun domates suyu ve turşular metalik tadını en çok içeren yiyeceklere örnek olarak verilebilmektedir (Buiet, Thomas-Danguin ve Feron, 2024).

Lezzet formülünde yer alan ikinci değişken Aroma olarak ifade edilmektedir. Aroma, özellikle yiyecek, içecek ve diğer tüketilebilir ürünlerle ilgili olarak bir maddenin ayırt edici kokusu şeklinde tanımlanabilir. Lezzetin diğer bileşenleriyle birlikte duyuusal deneyimi zenginleştiren bir faktör olduğu da söylenebilir. Burundaki koku reseptörleri doğrudan koklama yoluyla (ortonazal koku) ve çiğneme sırasında yiyecek ve içeceklerden gelen uçucu bileşiklerin ağız içinde ve arkasında algılanmasıyla oluşan (retronazal koku) aromanın temel bileşiklerinin tanımlanmasını sağlamaktadır (Klosse, 2014). Aroma diğer değişkenlerle etkileşime girerek lezzet algısını kuvvetlendiren bir özellik yaratabilir. Örneğin, vanilya kokusu tatlılığı arttırmaktadır. Aromanın belirlenerek tanımlanmasında temelde üç aşama bulunmaktadır. Birinci aşama (üst notalar) yiyecek ve içeceklerin burunda solunması ya da kokularına maruz kalınması yoluyla çekiciliği ve cazibeyi arttıran hafif, uçucu ve hızla buharlaşan bileşiklerin algılanması olarak ifade edilmektedir. Örneğin yiyecek ve içeceklerdeki meyveli esterler (narenciye, limon, bergamot), yeşil çimensi notalar (salatalık, roka) ya da şaraptaki uçucu alkoller hızlı buharlaşmaları nedeniyle birinci aşamada algılanan kokulardan bazılarıdır (Classen, Howes ve Synnott, 2002). Aromanın belirlenmesi ve tanımlanmasında ikinci aşama (orta notalar) yiyecek ve içeceklerin ağza alınıp çiğnenmesi esnasında ortaya çıkan kokulardır. Aromanın temel kimliğini oluşturan bu kokular genellikle dengeli, sıcak ve gövdeli olarak nitelendirilmektedirler. Çiçeksi notalar, baharatlar, Maillard reaksiyonundan gelen aromalar (kavrulmuş kahve, ekme), şarabın meyve ve çiçek tonları bu kokulardan bazıları olarak örnek verilebilir. Şarap düşünüldüğünde üretim aşamasından gelen, “Bouquet” olarak adlandırılan kokular da orta notalar arasında tanımlanmaktadır (López Arroyo ve Roberts, 2020). Orta notalar yiyecek ve içeceklerin özelliklerine göre birkaç dakikadan bir saate kadar sürebilirler. Aroma tanımlarının üçüncü aşaması (Temel notalar) yiyecek ve içeceklerin yutulma aşaması ve sonrasında daha uçucu bileşenler buharlaştıktan sonra ağızda kalan derin, zengin ve uzun ömürlü olan kokuları ifade etmektedir. Topraksı notalar (Mantar, eskitilmiş peynir) veya şarapta kalan meşe ve tanenlerin kokuları, geleneksel içeceklerdeki kokular (Demirhindi şurubu) temel notalara örnek olarak verilebilir (Parker, 2015). Aromanın belirlenmesi ve tanımlanmasını sağlayan üç aşama arasındaki etkileşim değişkenlik gösteren uçuculuk ve kimyasal profiller içerdiğinden dolayı yiyecek ve içeceklerin çekiciliğini ve karmaşıklığını belirlemektedir. Bu durum lezzetin diğer değişkenleriyle birleştğinde bireyin lezzet ve beğenme duygularında önemli bir rol oynamaktadır.

Lezzet denkleminin üçüncü değişken ağız hissi olarak adlandırılmaktadır. Önceleri Ağız hissinin gıda teknolojisi ve gıda mühendisliği alanlarında kısıtlı faktörlerle tanımlanırken, günümüzde şeflerin akademik çalışmaları sayesinde gastronomi alanında ortaya çıkarılan yeni tanımlarla daha kapsamlı bir hale geldiğinden bahsedilebilir (Agorastos, Halsema, Bast ve Klosse, 2020). Ağız hissi, yiyecek ve içecek tüketimi esnasında ağızda yaşanan fiziksel durumları ifade etmektedir. Doku, sıcaklık, viskozite ve diğer dokuya bağlı özellikleri duyuusal analizde önemli parçaları oluşturmaktadırlar. Tat ve aroma ile birleştirildiği sürece ağız hissi yiyecek ve içeceklerin kalitelerini arttırmada ve bireylerin beğenisini sağlamada etkili bir unsur olarak gösterilmektedir. Ağız hissi bir yiyecek veya içeceğin dil, damak, dişler ve diş etleriyle temas ettiğinde nasıl bir his yarattığıyla daha yakında ilgili durumdadır. Yiyecek ve içeceklerin çeşitli fiziksel ve kimyasal özellikleri ağız hissinin ağız kaplayan ve ağız geren (büzüştüren) faktörlerle birlikte etkilemektedir. Bu etkilerden ilki yiyeceğin şekil, boyut ve yüzey özelliklerini tanımlamaya yarayan fiziksel doku olarak adlandırılmaktadır (Mouritsen ve Styrbæk, 2017). Yiyeceklerde doku kavramına verilebilecek en temel örnekler; kremsi, çtır, kıtır, lifli, grenli şeklinde ifade edilmektedir. Ağız hissinin ikinci değişkeni sıvı veya yarı sıvı bir yiyeceğin

kalınlığını ya da akışkanlığını ölçen viskozite kavramıdır. Suyun ince veya kalın olarak tanımlanması noktasında tavuk çorbasının pürüzsüz ve viskoz olarak betimlenmesi ile tüm yiyecek ürünlerinin akışkanlığının ölçülmesi esas olarak alınmaktadır. Ağız hissinin üçüncü unsuru burukluk olarak adlandırılmaktadır. Tükürükte yer alan tanen ve polifenollerin etkileşimi sonucu oluşan kuru ya da büzüştüren bir hissiyat yaratan burukluk, kırmızı şarap, yeşil çay, hurma ve olgunlaşmamış meyvelerde sıklıkla hissedilen bir unsurdur (Ferry, Hort, Mitchell, Cook, Lagarrigue ve Pamies, 2006). Ağız hissinde dördüncü önemli faktör sıcaklıktır. Bir yiyeceğin algılanan ısısı olarak ifade edilmektedir. Dondurma (soğuk) ve çorba (sıcak) verilebilecek örnekler arasındadır. Ağız hissi faktörlerinden beşincisi yağ içeriğidir. Yaz ağızda zengin pürüzsüz ve kaygan bir his yaratmaktadır. Tereyağı, krem peyniri ve yağlı etler yağ içeriğinin yarattığı ağız hissiyatına örnek olarak verilebilir. Ağız hissiyatını etkileyen bir diğer faktör ise çözünmüş karbondioksitten kaynaklanan köpürme ve kabarma hissiyatı ile tanımlanan karbonatlaşmadır. En önemli örnekleri arasında soda, madensuyu ve şampanya yer almaktadır. Ağız hissi kavramına etki eden yedinci faktör çiğnenebilirliktir. Yiyecekleri çiğnemeye karşı direncini ifade etmekle birlikte yumuşaktan başlayarak sert kadar olan farklı çiğnenebilirlik tanımları bulunmaktadır. Örneğin sakız normalde sert bir madde iken çiğnendikçe sıcaklığın ve tükürüğün etkisiyle yumuşamaktadır. Jelibon tipindeki şekerlemeler ise çiğnenebilirliği yüksek ancak elastik yapıları gereği orta sertlikte bir yapı sunmaktadırlar (Georgios, 2023). Ağız hissinin etkileyen sekizinci faktör dilde ve dişlerde hissedilen küçük parçacıkları ifade eden tanelilik olarak adlandırılmaktadır. Kaba şeker, öğütülmüş badem ya da irmik helvası tanelik hissine verilebilecek örneklerden bazılarıdır. Ağız hissi faktörlerinden dokuzuncusu belirgin parçacıkları olmayan kadifemsi ve kremsi bir his yaratan pürüzsüzlüktür. Yoğurt, muhallebi ve çırpılmış krema en önemli örnekleri arasında gösterilmektedir. Ağız hissinin son faktörü sıklıkla karıştırılan baharatlılıktır. Kapsaisin veya piperin gibi kimyasal bileşiklerin neden olduğu ısı hissiyatını ifade etmektedir. Ülkemizde “acı” olarak nitelendirilen biberde hissedilen durum aslında “yakıcı” bir ağız hissidir. Biberin tadı rengine ve etlilik oranına göre metalik, ekşi ya da tatlı-ekşi tatlarıyla değişkenlik göstermektedir. Baharatlılığın diğer örnekleri ise karabiber ve zencefil olarak verilebilir (Spence, 2017).

Lezzet denkleminin dördüncü değişkeni Görüntü (imaj) olarak adlandırılmaktadır. Yiyecek ve içeceklerin ham halleri ve hazırlık süreçlerinden sonraki sunumlarında bireylerin beğenisi ile alakalı olan görselliği ifade etmektedir. Yiyecek ve içeceklerin görsel sunumu lezzet bileşenlerinin teknik yapısı içerisinde yer alan tat alma tomurcuklarını tam olarak etkilemese de lezzetin genel olarak algılanmasında önemli bir rol oynamaktadır (Delwiche, 2004). Bu algılamada öne çıkan faktörlerden ilki beklentilerin belirlenmesi olarak ifade edilebilir. Yiyecek ve içeceklerin rengi kullanılan tabaklardaki düzenlenme ilkelerine göre tat beklentilerini tetiklemektedir (Shankar, Levitan ve Spence, 2010). Algılamada önemli bir diğer unsur ise beynin bileşik bir lezzet oluşumuna verdiği tepki ile bu tepkinin diğer duyuşal girdilerle birleştirmesiyle oluşan işlemler bütünüdür (Stein, Stanford ve Rowland, 2020). Bu işlemler yiyecek ve içeceklerin tüketilmesi öncesindeki hayal etme isteğini tetikleyebilmektedir. Lezzet algılanmasında görselliğin önemi pazarlama ve tanıtım yapılan yiyecek ve içeceklerde kültürel ve psikolojik ilişkilerin doku ve tazelik sinyalleri ile tüketicilere sunulmasıdır (Kühn ve Gallinat, 2013; Piqueras-Fiszman ve Spence, 2015). Kültürel konfor ile anılara yönelik yiyecek ve içecek görüntüleri canlı renkler kullanılarak oluşturulan fotoğraflar sayesinde tat ve lezzet beklentilerini üst seviyeye çıkartmak için kullanılabilir. Aynı şekilde yiyecek ve içeceklerin görüntüleri ve sunumları uyumsuzluk içerdiğinde bireyin lezzeti algılamasında olumsuzluklar yaratabilir (Michel, Velasco, Fraemohs ve Spence, 2015).

Lezzet kavramının son değişkeni psiko-demografik etkenler olarak ifade edilmektedir. Psiko-demografik faktörler psikolojik, kültürel, sosyal ve demografik etkileri kapsamaktadır (Ueda ve

Poulain, 2023). Bu faktörler kişisel tercihleri, beklentileri ve yiyeceklere yönelik duygusal bağları şekillendirildiğinden dolayı lezzet algısını etkilemektedirler. Bu faktörlerin kapsamında yer alan unsurlardan biri olan kültür; lezzet tercihleri ve kültürel yetiştirme ile ortaya çıkan aşinalık kavramının da etkisiyle genel lezzeti etkilemektedir (Rozin, Spranca, Krieger, Neuhaus, Surillo, Swerdlin ve Wood, 2004). Demografik unsurlardan yaş ve yaşam evreleri ise çocukluktan gelen deneyimlerin yetişkinliğe geçen evrelerinde kazanılan yemek yeme davranışlarıyla birlikte lezzet algısını değiştirmesi noktasında etkili olmaktadır (Vuksanović, Tešanović, Kalenjuk, Portić ve Knežević, 2017). Bir diğer demografik unsur olan cinsiyet faktörü ise erkeklerin ve kadınların hem biyolojik hem de kültürel faktörler nedeniyle farklı tat tercihlerine sahip olabileceği tezinden hareketle lezzeti etkilemede önemli bir değişken olarak gösterilmektedir (Kim, Xu ve Park, 2024). Coğrafi konum yerel ürünler, iklim ve mevsimsellik gibi unsurları sayesinde lezzet algısında rol oynamaktadır. Lezzet algısında bir diğer unsur ise psikolojik durum olarak adlandırılabilir. Kişilik faktörleri, ruh hali ve duygusal durumlar, stres veya üzüntü, mutluluk veya heyecan lezzet algısında etkileri bulunan etmenlerde bazılarıdır. Sosyal etkiler olarak ifade edilen akran baskısı, trendler, yemek ortamı, ürün ve mutfak bilgisi, eğitim ile sağlık yönlü farkındalıklar gibi unsurlar lezzetin genel olarak algılanmasını tetikleyebilmektedirler (Gibson, 2006; Desmet ve Schifferstein, 2008). Son olarak pazarlamanın etkin gücü ve medyanın etkinliği lezzet algısını kuvvetlendiren ve çekici hale getiren bir faktördür. Reklamlar, ünlülerin onayları ve sosyal medya trendleri, belirli yiyecekleri veya tat kombinasyonlarını daha çekici hale getirerek lezzet tercihlerini şekillendirebilmektedirler (Garber, Hyatt ve Starr, 2000). Psiko-demografik faktörler, lezzet algısını kişisel, kültürel ve sosyal bağlam katmanlarıyla harmanlayarak lezzet faktörlerinin deneyimlenmesini sağlayan bir yansıma olarak ifade edilebilir.

YÖNTEM

Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurulu izin belgesi Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Etik Kurulu Değerlendirme Kurulundan 09.10.2024 tarihinde 331601 sayı numarası ile alınmıştır.

Bu araştırmanın amacı, Türkiye dostu ülkelerden gelen öğrencilerin Türk tatlılarına ilişkin bakış açılarını, lezzet ve tat deneyimleri üzerinden incelemektir. Bu amaca bağlı olarak çalışmanın temel sorusu “Türk Tatlılarının lezzet bağlamında Türkiye dostu devletlerin pazarında yer edinebilmesi için ürünlerin uyumlu hale getirme aşamaları nelerdir?” Bu çalışma nitel (kalitatif) yöntem kullanılarak hazırlanmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinde geçerlilik ve güvenilirliğin sağlanabilmesi için açıklanması gereken metodolojik faktörler bulunmaktadır. Araştırmada kullanılan veri toplama ve tasarım süreçleri, örneklem grubu ve özellikleri araştırmacının çalışmadaki rolü, veri toplama araçları ile verilerin analizi konuları bu araştırmanın geçerlik ve güvenilirlik faktörlerini oluşturmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde söz konusu faktörler detaylı bir biçimde açıklanmıştır.

Araştırmanın Tasarımı

Bu çalışmada araştırmanın amacına ve belirlenen temel sorusuna bağlı olarak olgu bilimi (fenomenoloji) yaklaşımında içerik analizi kullanılarak tasarlanmıştır. Olgu bilim; temelinde yaşanmışlıkları anlamlandırma felsefesi olduğundan dolayı (Tekindal ve Arsu, 2020) bireylerin konu hakkındaki fikirlerini ve deneyimlerini araştırmak için sosyal bilimler literatüründe kullanılan bir yaklaşımdır (Wojnar ve Swanson, 2007). Araştırmada bireylerin geldikleri ülkeler ile Türkiye’de deneyimledikleri ürünleri lezzet bağlamında anlatmaları ve konu ile ilgili fikirlerini belirtmeleri amacı güdüldüğünden dolayı olgu bilim (fenomenoloji) deseni tercih

edilmiştir (Smith, 2013; Van Manen, 2017). Bu yaklaşımın çalışma içerisine entegrasyonu rehber hazırlama, katılımcıların belirlenmesi, yönetim, yürütme ve analiz olmak üzere beş faktör dikkate alınmak suretiyle gerçekleştirilmiştir (Savelli, Simpson ve Mateus 2021). Çalışmaya katılan bireylerin konu hakkındaki deneyimlerini en optimum şekilde açıklama fırsatı sunması ve derinlemesine bilgi toplamayı sağladığı için olgu bilimi (fenomenoloji) yaklaşımında çok kullanılan nitelikli görüşme yöntemi tercih edilmiştir (Quinney, Dwyer ve Chapman 2016; Padilla-Diaz, 2015).

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışmanın örneklem grubu Kütahya Dumlupınar Üniversitesinde öğrenim görmekte olan ve Türkiye dostu ülkelerden gelen öğrencilerden oluşmaktadır. Örneklem grubunun seçiminde Türkiye'ye alışmış olma, Türkiye'de Türk tatlılarını deneyimleyebilecek kadar bir zaman geçirmiş olma ve Türkçeyi düzgün konuşma kriterleri belirlenmiş; örneklem grubu üçüncü ve dördüncü sınıfta okuyan öğrencilerden seçilmiştir. Bu çalışmada küme örnekleme tekniği tercih edilmiştir. Bu teknikte homojen bir biçimde seçilmiş, belirli gruplardaki bütün üyelerin ortak özellikleri taşıdığı bilinen bir örneklem grubu ile çalışılmıştır (Sinaga ve Yang, 2020). Kütahya Dumlupınar Üniversitesinde okuyan üçüncü ve dördüncü sınıflarda öğrenciler geldikleri ülkelere göre kümeler ayrışmış ortak paydada buluşan alt kümeler oluşturulmuştur. Buna göre örneklemin ana kümesi Kütahya Dumlupınar Üniversitesinde okuyan yabancı öğrencilerdir. Örneklemin alt kümeleri ise Azerbaycan, Kazakistan, Özbekistan, Türkmenistan, Ahıska (Gürcistan), Filistin ve Suriye olmak üzere ülkelere ayrılmıştır. Bu bağlamda örneklem sayısının belirlenmesi için her alt kümeden üç öğrenciyle başlatılan kümeler üzerinden veri derinliğinin yeterli düzeye ulaşana kadar sağlanması için işlem süreci devam ettirilmiştir (Van Manen, 2023). Olgu bilim araştırmalarında en önemli güvenilirlik ölçütlerinden biri olan derinlik, yeni bir veri sağlanmanın bulgusu mümkün olmayana kadar veri toplama faaliyetlerine devam etme sürecini tanımlamaktadır (Morse, 1995; Tracy, 2019). Bu araştırmada incelenen konunun duyuşal ve kültürel özelliklerine yönelik bir fenomen araştırıldığında verilerin derinlikleri on bir araştırma katılımcısının dahil olduğu süreçle sağlanmıştır (Creswell ve Poth, 2016). Bir başka ifade ile araştırma kapsamında belirlenen evrende on bir katılımcıya ait kişisel deneyimler, lezzet fenomenlerini açıklamada kapsamlı bir derinlik sunabilmektedir.

Araştırma Verilerinin Toplanması

Araştırmaya ilk olarak Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Etik komisyonundan alınan 'Etik kurul raporu' ile başlanmıştır. Bu çalışmada verilerin toplanması için olgu bilim deseninde literatürde kullanılan görüşme tekniği seçilmiştir (McGehee, 2012). Kümeleme tekniğiyle ayrılan örneklem grubunun odak görüşmeleri ve bireysel derinlemesine görüşme türlerine uygunluğu amacıyla görüşme tekniğini seçildiği söylenebilir (Abdhabi ve Anozie, 2017). Veri derinliğinin tam olarak sağlanabilmesi için görüşme sürecindeki zaman diliminin arttırılması, daha faydalı bir ölçüt olmasından hareketle (Ladonna ve Artino, 2021) önceden hazırlanan sorular öğrencilerin daha rahat anlayabilmesi için görüşme esnasında farklılaştırılmıştır. Çalışmanın temel sorusu 'Türk Tatlılarının Türkiye Dostu Devletlerde pazarlanabilmeleri için ürün üzerinde yapılabilecek uyumlandırma faaliyetleri nelerdir?' şeklinde belirlenmiştir. Katılımcıların bu soruyu yeterli şekilde anlayabilmeleri için yapılan literatür araştırmalarıyla birlikte altı soru daha belirlenmiştir. Bu sorular şu şekilde sıralanmıştır:

- Bize kendinizden bahseder misiniz?

- Türkiye tatlıları hakkında fikirlerinizi açıklar mısınız?
- Türk Tatlıları geldiğiniz ülkelerde bilinmekte midir ve beğenilmekte midir?
- Türkiye tatlılarından hangi türleri daha çok beğendiniz, fikirlerinizi alabilir miyiz?
- Türk tatlılarının lezzeti geldiğiniz ülkelerdeki tatlılarla uyumlu mudur, düşüncelerinizi aktarır mısınız?
- Türk tatlıları ile geldiğiniz ülkelerin tatlıları arasında benzerlikler ve farklılıklar nelerdir, açıklar mısınız?
- Türk tatlılarının geldiğiniz ülkelerde bilinirliğinin artırılması için neler yapılmalıdır, değerlendirir misiniz?
- Konu hakkında eklemek istediğiniz görüşleriniz varsa söyler misiniz?

Çalışmaya dahil olan katılımcılarla 4 Kasım 2024 – 25 Kasım 2024 tarihleri arasında sözlü mülakatlar gerçekleştirilmiş, mülakatlar esnasında katılımcılara öncelikle çalışmaya katılmak istediklerine dair onay metni okunmuş, katılmak istediklerine dair onayları sözlü ve yazılı bir biçimde alınmıştır. Katılımcılardan elde edilen görüşmeler kayıt altına alınarak içerik analizine tabi tutulmuştur.

Araştırma Verilerinin Analizi

Araştırmada on bir katılımcıdan elde edilen görüşme kayıtları MS Word formatına aktarılarak içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizinde merkeze alınan verilerin odaklandığı, ana hatları açıklamak için genişliği ve derinliği ifade eden kavramlar çalışmanın güvenilirliğini zenginleştiren konular göz önünde bulundurularak anlaşılır bir hale getirilmiştir. (Creswell ve Poth, 2016). Araştırmanın analizi MS Excell uygulaması üzerinden gerçekleştirilmiştir. Kodlamalar iki ayrı akademisyen ile yürütülerek aradaki uzlaşma sağlanmıştır (Renz, Carrington ve Badger, 2018; Oleinik, 2011). Araştırma bulgularının kod, kategori ve temalar şeklinde ifade edilme süreci, çalışmayı yürütenler tarafından güvenilir bir model ortaya koymak için fikir alışverişi yapılarak oluşturulmuştur.

Bu çalışmada güvenilirlik kriterlerinden derinlik ve genişlik kavramlarına bir arada yer verilmiştir. Genişlik bir olgu bilim araştırmasında çalışmaya katılanlardan elde edilen veri çeşitliliğini, derinlik ise kapsadığı veri seti arasındaki özgün değişiklikleri ve aynı olan kavramları betimlemektedir (Staller ve Chen, 2022). Olgu bilim araştırmalarında genelden özele anlayış içselleştirilmesinden dolayı ve doyumluğun kalite ölçütü olarak ifade edilemeyeceğinden dolayı veri derinliği ve genişliği araştırmada esas alınmıştır (O'Reilly ve Parker, 2012). Bütün veriler analiz edildiğinde desteklenmenin doğru yapılması sebebiyle araştırma konusunu kapsamayan ve çelişkili olan bulgular analizden çıkarılmıştır (Coleman, 2022).

BULGULAR

Demografik Bulgular

Yapılan araştırmanın demografik bulgularında katılımcılar 20-29 yaş aralığında olup 11 bireyden oluşmaktadır. Bireylerin biri (%9) 20 yaşında, üçü (%27) 21 yaşında, biri (%9) 22 yaşında, ikisi (%19) 23 yaşında, üçü (%27) 24 yaşında, biri (%9) 29 yaşındadır. Katılımcıların cinsiyet dağılımları altısı (%55) kadın bireyler, beşi (%45) erkek bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların geldikleri ülkeler Türkmenistan, Kazakistan, Filistin, Özbekistan, Azerbaycan, Ahıska ve Suriye'dir.

Katılımcıların biri (%9) Türkmenistan'dan, ikisi (%18) Kazakistan'dan, biri (%9) Filistin'den, biri (%9) Özbekistan'dan, dördü (%37) Azerbaycan'dan, biri (%9) Ahıska'dan, biri (%9) Suriye'den gelmektedir. Türkiye'deki ikamet süreleri katılımcılardan biri (%9) üç yıl, beşi (%45) dört yıl, üçü (%28) altı yıl, biri (%9) yedi yıl, biri (%9) 21 yıl (yazları Ahıska - kışları Türkiye) olarak belirlenmiştir. Çalışmanın yaş, cinsiyet, ülke ve ikamet süresini içeren demografik bulguları tablo 1'de gösterilmiştir

Tablo 1. Demografik Bulgular

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Ülke	Türkiye İkamet Süresi
K1	23	Kadın	Türkmenistan	6yıl
K2	21	Kadın	Kazakistan	4yıl
K3	20	Kadın	Kazakistan	3yıl
K4	21	Kadın	Filistin	4yıl
K5	24	Kadın	Özbekistan	6yıl
K6	29	Erkek	Azerbaycan	4yıl
K7	21	Kadın	Ahıska	21yıl (yazları Ahıska- kışları Türkiye)
K8	24	Erkek	Azerbaycan	4yıl
K9	22	Erkek	Suriye	7yıl
K10	23	Erkek	Azerbaycan	4yıl
K11	24	Erkek	Azerbaycan	6yıl

Eğitim ve Sektör Bilgilerine Yönelik Bulgular

Katılımcıların çalıştığı departmanlar sıcak mutfak, sıcak mutfak-soğuk mutfak, sıcak mutfak-soğuk mutfak- pastane, pastane, sıcak mutfak-pastane olarak gruplandırılmıştır. Bu gruplandırmalarda katılımcıların ikisi (%18) sıcak mutfak, ikisi (%18) sıcak mutfak- soğuk mutfak, dördü (%37) sıcak mutfak- soğuk mutfak-pastane, biri (%9) pastane, ikisi (%18) sıcak mutfak-pastane departmanlarında çalışmışlardır. Katılımcıların çalıştığı işletmeler restoran, pastane, restoran-otel, restoran-otel-kafe, otel-restoran-pastane şeklinde gruplandırılmıştır. Katılımcıların altısı (%55) restoran, biri (%9) pastane, ikisi (%18) restoran-otel, biri (%9) restoran-otel-kafe, biri (%9) otel-restoran-pastane işletmelerinde çalışmışlardır. Katılımcıların çalışma süreleri olan üçünün (%27,5) 4 ay, ikisinin (%18) 6 ay, birinin (%9) 8 ay, üçünün (%27,5) 1 yıl, birinin (%9) 2 yıl ve birinin (%9) 4 yıl olarak belirlenmiştir.

Tablo 2. Eğitim ve Sektör Bilgilerine Yönelik Bulgular Tablosu

Katılımcı	Çalıştığı Departmanlar	Çalıştığı İşletmeler	Çalışma Süresi
K1	Sıcak mutfak, soğuk mutfak	Karadut Restoran, Azur Restoran	8 ay
K2	Sıcak mutfak	Restoran	6 ay
K3	Pastane	Pastane	4 ay
K4	Sıcak mutfak, pastane	Restoran, Otel	6 ay
K5	Sıcak mutfak, soğuk mutfak, pastane	Maça Kızı Restoran, İstanbul Hilton Bosphorus Otel, Kafe	1yıl
K6	Sıcak mutfak, soğuk mutfak, pastane	Fine Dining Restoran, Balık Restoran, Otel, İtalyan Restoran	4 yıl
K7	Sıcak mutfak, soğuk mutfak, pastane,	İstanbul Raffles Otel, Roka Restoran, Loftelya Otel, Şehir Pastanesi	2 yıl
K8	Sıcak mutfak	Restoran	4 ay
K9	Sıcak mutfak, pastane	Roka Restoran	4 ay
K10	Pastane, sıcak mutfak, soğuk mutfak	Maça Kızı Restoran, Mezra Yalıkavak Restoran, İtalyan Restoran.	1 yıl
K11	Sıcak mutfak, soğuk mutfak	Restoran	1 yıl

Katılımcılardan Elde Edilen Bulgular

Çalışmanın birinci teması 'Tanımlar' olarak adlandırılmıştır. Bu temanın altındaki beş kategori ise 'Ürün Dokuları', 'Kullanılan Ürünler', 'Kalite', 'Olumlu Tanımlamalar' ve 'Olumsuz Tanımlamalar' olarak belirlenmiştir.

Çalışmanın birinci teması kapsamında bulunan birinci kategorisi 'Ürün Dokuları' olarak ifade edilmiştir. Katılımcıların ürün dokuları hakkındaki görüşleri şu şekilde sıralanmıştır:

K5: Türkiye'ye göre bizdeki süt ve krema daha yoğun ve kaymaksı oluyor. Türkiye'deki sütlaca göre ülkemdeki sütlac bebek maması olarak hazırlayıp veriyorlar.

K10: Türk tatlıları şerbet oranı daha yüksek oluyor. Azerbaycan'da daha az şeker oluyor. Sütlü tatlılarda kullanılan süt ve krema ise daha yoğun kıvamda oluyor. Türkiye'de daha açık kıvam ya da krem şanti kullanıyorlar. Azerbaycan'da ayva ve kabaktan yapılan tatlılar ağızda hissediş tekstür olarak kıtır kıtır olduğu için Azerbaycan halkı buna alışık değil daha yumuşak yapılı severler.

K6: Şeki Pahlava Arap baklavası gibi kalın oluyor on dört kat katman yapılıyor. Türk baklavası daha ince katmanlar şeklinde çıtır oluyor. Türk baklavası daha çok tercih ediliyor.

Çalışmanın bu bölümünde ürün dokularının etkisinin önemi anlaşılmıştır. Ürün dokuları Azerbaycan tatlı kültüründe daha çok kremamsı olması (Özelif, 2023), tatlılık oranının daha az ve kıtırılık farklılıklarının olduğu anlaşılmaktadır. Ürün dokularını kültürlerarası karşılaştırma yaparken dokunun hem yemek yemenin duysal deneyimine hem de yemeği oluşturan kültürel kimliği oluşturmada etkili olduğu aktarılmıştır (Belpınar, 2014). Bir tatlıya dair algımızı odaklamak için tat, koku ve görsel görünüm birlikte (Ağan ve Doğan, 2022) hareket etmektedir. Tatlının kremamsı, gevrekliği, yumuşaklığı ağızda ne şekilde hissettirmesinin yanı sıra o tatlının ne kadar zengin ve ferahlatıcı olarak algılanmasını etkilemektedir. Azerbaycan ürünlerindeki sütün kremamsı ve yoğunluğunun bu zenginlikle ilgili olduğu ifade edilmektedir. Kültürlerarası karşılaştırma da çıtır olan ürünlere nazaran yumuşak ürünlerin tercih edilmesinin duysal deneyimleri etkileyebileceği anlaşılmaktadır. Bu durumda tatlı üreticiler veya işletmeler oluşan bu tercihleri dikkate alarak pazara ürünlerini doku taleplerine uyumlandırarak sunabilirler. Gıda kimliğinin tanımlaması yapılırken ürünün dokusunun da etkisi yadsınamaz şekilde önem arz ettiği görülmüştür. Gıda kimliği geleneksel ve kültürel farklılıkların göstergesini (Beşirli, 2010) ifade edebilmektedir. Şeki pahlava ve baklavanın karşılaştırılması yapılırken birinin daha kalın diğerinin daha ince ve çıtır olması gıda kimliğini belirgin farklılıklarını görülmektedir. Bu durum Ürün dokusunu anlamlandırmada (Ceylan, 2012) duysal deneyimlerin belirtilmesi, tüketici tercihlerini etkilemesi ve gıda kimliklerini belirlenmesinde önemli rol oynadığı bulgusunu destekler niteliktedir.

Çalışmanın birinci teması kapsamında bulunan ikinci kategorisi 'Kullanılan Ürünler' olarak isimlendirilmiştir. Katılımcılar kullanılan ürünler hakkındaki görüşlerini aşağıda şekliyle ifade etmişlerdir:

K2: Ceviz, badem, Antep fıstığı, tavuk göğsü, kuruyemişler, şeker, bal, kadayıf, süt, üzüm.

K3: badem, fındık, fıstık, çikolata, kadayıf, et, süt, labne, maskarpon, krem şanti, süt, krema, bal.

K5: Ayva, kaymak, buğday, kabak, şeker, tuz, bal, süt, kaymak.

Çalışmanın bu bölümünde katılımcıların Türk tatlılarında kullanılan malzemelerin çeşitliliği ve zenginliği ifade edilmektedir. Katılımcıların ifade ettikleri ürünlerden, Kuruyemişlerin baklava, kadayıf gibi tatlılarda temel içerik ürünü olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır. Kuruyemişler tatlıların dokusuna zenginlik katmak haricinde diğer malzemelerin tatlılığına da uyum sağlayıcı, tamamlayıcı bir işleve sahip olabilmektedir. Katılımcıların bahsettiği süt ürünlerini süt

tatlılarında ve daha modern veya çağdaştırılmış tatlı tariflerinde kullanılarak zenginlik ve kremamsı dokulu tatlıları ortaya çıkarabilmektedir. Bu zengin dokular sütlü tatlıların genel duyusal deneyimlerini, ağız hislerini (Eren, 2018) arttırabilmektedir. Katılımcıların bahsettiği tatlandırıcı ürünlerden şeker ve bal tatlı ürünlerinin kullanımında vazgeçilmez ürünlerdendir. Bal daha geleneksel Türk tatlılarının yapımında (Kara, 2019) kullanılarak doğal tatlıları ortaya çıkarabilmektedir. Şeker ise bala göre ekonomik etkisinden dolayı (Dizdar, 2012) genel olarak tatlılarda kullanılan tatlandırıcı ürün gurubu olduğu anlaşılmaktadır. Bir başka ürün meyveler Türk tatlılarında mevsimsel olarak kullanıldığı (Akay, 2012) ve yöresel tatlı ürünlerini oluşturduğu görülebilmektedir. Kimi zaman Türk tatlılarının ana ürün gurubu kimi zaman dolgu veya üst malzeme olarak kullanıldığı bilinmektedir. Kullanılan ürünlerin bahsedildiği bu bölümde Türk tatlı kültüründe hem geleneksel hem de modernliği yansıttığı anlaşılmaktadır.

Çalışmanın birinci teması kapsamında bulunan üçüncü kategorisi 'Kalite' olarak ifade edilmiştir. Kalite ile ilgili katılımcılar fikirlerini şu şekilde sıralamıştır:

K3: Türkiye'ye ilk geldiğimde yurtta kalırken red velvet yapmak istedim. %33 oranlı krema aldım. Bu kremayı mikserde çırpmaya çalıştım ama çırpamadım. Bana krem şanti koymamı söylediler ama ben koymak istemedim çünkü tadını bozuyor. Bizde herhangi bir başka bir şey eklenmiyor yoğun kıvamlı kremlar oluyor. Bu kremları çırpacağınızda doğru kıvama ulaşıyorsunuz. Türkiye ürünler daha adi olabiliyor. Bu adi ürünlerle birçok bileşen karıştırılarak yapılıyor ve bu bizim damak tadımıza uymuyor. Yine Tiramisu yaparken maskarpon yerine labne ve krem şanti gibi şeylerin kullanılarak ürün kalitesi düşmesi gibi. Bu durum Türkiye'deki maliyetten ekonomik sorunlardan da olabilir.

K5: Bizim ülkemizde Türkiye'ye göre farklı gördüğüm ve tatlıları ilgilendiren bir durumda süt ve süt ürünlerinin bizde daha yoğun ve kaymaklı olmasıdır. Biz ülkemizde süt ürünlerini kendimiz yapıyoruz. Ülkemde hayvancılık oldukça iyi durumda. Bizim de kendimize ait 15'e yakın hayvanımız var.

K8: Türkiye'de tatlı üretiminde kullanılan ürünlerin doğal olduğuna pek inanmıyorum. Özellikle marketteki ürünlerden bahsediyorum. Ürünlerin içine doğal olmayan maddelerin karıştırıldığını düşünüyorum. Doğal ürünlerle yapılan tatlılar daha iyi ve kalitelidir.

Çalışmanın bu bölümünde kalitenin ürünlere etkileri görülmektedir. Kaliteyi özgünlük ve gelenekle bağdaştırdığımızda ürünün kalitesi ve malzemelerin hazırlanması dışında tatlı yapımı, nesiller boyu sürdürülebilirliğin sağlanması yoluyla kültürel mirası koruyucu bir etkisi olduğu söylenebilir. Katılımcılar geldikleri ülke ile Türkiye'deki ürünleri karşılaştırdıklarında kalite, kıvam ve tat açısından büyük farklar (Birdir ve Akgöl 2015) olduğunu aktarmışlardır. Türkiye'deki ürünleri kullanarak tatlılar yaptıklarında daha önce yaptıkları tatlılar gibi olmadığını lezzete yönelik bariz farklılıklar olduğu söylemektedirler. Bunun sebebini ise doğallık, ürün kalitesi ve tedarik edilen malzemenin (Bilgin, 2018) ekonomik olarak düşük kaliteye yönelik etkisinin olabileceğini belirtmişlerdir. Geleneksel tatlıların kalite ve dokularını ortaya çıkararak koruyan özgün malzemelerin kullanıldığını anlaşılmaktadır. Ürün ve kalite arasındaki ekonomik ilişki pazar taleplerini karşılamak ve maliyetleri düşürmek amacıyla (Alagöz ve Ekici, 2009) lezzeti uygun olan ürünler tercih edilerek kullanılabilir.

Çalışmanın birinci teması kapsamında bulunan dördüncü kategorisi 'Olumlu Tanımlamalar' olarak ifade edilmiştir.

K5: Türkiye'de tatlılar genel olarak benim için çok farklıydı bu kadar çok farklı tatlıyı hayatımda ilk defa gördüm. Özbekistan'da bu kadar farklı ve çeşitli tatlı yok.

K7: Ayva böğürtlen reçelini çok fazla yapıyoruz. Reçelleri çayın içine koyup tüketiyoruz. Bizi koruduğunu ve sağlığını iyi geldiğini düşünüyoruz.

K8: Türk baklavası mı Azerbaycan baklavası mı dersiniz? Ben Türk baklavası derim. Türk baklavasını daha çok seviyorum.

Çalışmanın bu bölümünde Katılımcıların Türk tatlıları konusundaki olumlu yorumlarına yer verilmiştir. Katılımcılardan biri ülkesindeki tatlı çeşitlerine göre Türk tatlı çeşitlerinin çok fazla olduğu ve bu duruma alışık olmadığını bahsetmiştir. Türk tatlılarının çeşitliliği Türk mutfak mirasının derinliğinin ve Türk pastacılığının ne kadar zengin bir birikime sahip olduğunu (Kızıldemir vd., 2014) ifade etmektedir. Bir başka katılımcı, ülkesinde reçelleri çay ile tüketmenin sağlıklı olduğuna inandığını belirtmiştir. Gıdalar arasındaki ara bu etkileşim hem Türkiye’de hem yurtdışındaki birçok geleneksel tatlının tedavi edici özelliği (Alibaşoğlu, 2020; Kuşçu ve Yıldırım, 2018) olduğuna dair inanışlara sahip olunduğu konusunda fikir vermektedir. Katılımcının Türk ve Azerbaycan baklavası arasında yaptığı net tercihin Türk baklavasının yana olduğu görülmektedir. Bunun sebebinin Türk baklavasının yapımında kullanılan ince hamur katmanları ve çıtır ağız hissinin etkisinin olduğu (Baysal ve Saçılık, 2022) anlaşılmaktadır. Türk baklavasının bu özellikleriyle tercih edilmesi, Türk tatlılarının uluslararası pazarda hak ettiği kültürel saygıyı yansıttığı söylenebilir.

Çalışmanın birinci teması kapsamında bulunan beşinci kategorisi ‘Olumsuz Tanımlamalar’ olarak isimlendirilmiştir.

K5:Diğer şerbetli tatlılar bana çok ağır geldi. Şeker oranı gerçekten çok yoğun, onları çok tüketemiyorum çünkü şeker oranları çok fazla.

K10: Fıstıklı baklava marketlerde bile satılır. Yanında dondurma ile servis edilir. Azerbaycan’da baklava yerken daha yoğun Antep fıstığı tadı alırsınız. Türkiye’de bana göre Antep fıstığı daha az koyuyorlar.

K11: Türkiye’de sütlaç üzerinden örnek vermek gerekirse her yerde aynı kalitede süt kullanılmadığı için yer yer farklılık göstermekte iyi yapılmış sütlaç bulmak zor. Sütlaç Bakü’de yediğimde daha farklı gelmişti. Bizde kaliteli yoğun kıvamlı tam yağlı süt kullanıyorlar ve taş fırınlarda pişiriyorlar. Türkiye’de hep elektrikli fırınlarda pişirildiğini gördüm. Bu durumda pişirilmede üzerinde kabuk tutma tekstüründe değişiklikler meydana geliyor.

Çalışmanın bu bölümünde katılımcıların Türk tatlılarının memnun olmadıkları yönlerini ve bu yönlerinin iyileştirilme alanlarının neler olduğu belirtmişlerdir. Bu memnuniyetsizlikler tatlılarda olan aşırı tatlılık oranı, tatlıların kalitesindeki tutarsızlıklar ve tatlılardaki bölgesel farklılıklar gibi faktörlerle ilişkilendirilmiştir. Katılımcılar özellikle şerbetli tatlıların şeker oranlarının fazla olduğu için sık tüketemediklerini ifade etmişlerdir. Türk tatlılarındaki şerbetli tatlılar geleneksel olarak tatlılıklarıyla kabul edilse de aşırı tatlılara alışık olmayan kültürdeki kişiler için şeker oranı fazla olduğu kabul edilebilir. Sağlığına dikkat eden ve diyet yapan tüketiciler için şeker oranının (Yüce ve Muz, 2021; Ercan ve Aslan, 2013) daha makul seviyelere düşürülerek ayarlanması ile bu sorundan kurtulmak mümkündür. Katılımcıların bir ifadesinde Türk baklavasının içeriğindeki ürünlerin hem ülke içinde hem de ülke dışında aynı oranda kullanılması gerekliliğini belirtmiştir. Türk baklavasında kullanılan malzeme oranının düzeltilmesi pazarlama ve tüketim açılarıyla lezzeti arttırabileceği anlaşılmaktadır. Katılımcılardan bir başkası sütlü tatlının yapıldığı malzemeye ve bölgeye göre tutarsız olduğunu belirtmiştir. Bu durumun tutarsız bir tüketici deneyimine sebep olacağı söylenebilir (Özturan ve Atasever, 2020; Hastaoğlu vd., 2021). Sütlü tatlıların daha kaliteli malzemeler kullanılmak suretiyle standartlaştırılmasına yönelik çalışmalar gerçekleştirilmelidir.

Çalışmanın ikinci teması ‘Deneyim’ olarak ifade edilmiştir. Bu temanın altındaki iki kategori ise ‘Teknik ve ‘Lezzet’ olarak belirlenmiştir.

Çalışmanın ikinci teması kapsamında bulunan birinci kategorisi 'Teknik' olarak ifade edilmiştir. Katılımcıların bu tema hakkındaki görüşleri şu şekilde sıralanmıştır:

K2: Kazakistan'da Türk tatlılarının tadına bakabilecek olursak kızarmış hamur topları 'Boursaki', Türkiye'deki 'Lokma' tatlısının yapım tekniğine benzemektedir. Bir hamur elde edilip lokma gibi kızartılarak yapılmaktadır. Ballı ve şuruplu çeşitleri de vardır.

K3: Nevruz Bayramında biz ekşi süt olarak kullanıyoruz. Daha sonra onu kurutuyoruz. Kurutarak altı ay ya da bir yıl saklama koşuluna sahip oluyor.

K5: Sümelek tatlısı. Yapımı yirmi dört saatten fazla sürüyor. Buğdayı ıslatıp onu haftalarca filizlendirmeye bırakıyorlar. Filizlendirme süreci hazır olduktan sonra tüm buğday filizlerini rondodan geçiriyorlar. Suyunu çıkarıp ateşte kara kazanda yirmi dört saat kaynatıyorlar ve şekersiz oluyor.

Çalışmanın bu bölümünde katılımcılar Türk tatlılarının yapımı için bilinen hazırlama yöntem ve tekniklerinden bahsetmişlerdir. Bununla birlikte diğer kültürlerin tatlı yapım teknikleri, kültürlerle olan ilişkileri ve deneyimleri hakkında bulgulara ulaşılmıştır. Katılımcılar Türk ve Orta Asya tatlıları arasında Türk Lokması ve Kazak Boursaki tatlısının benzer yapım ve tekniklerini karşılaştırmışlardır. Bu durum Türk kültürlerinde hamurun kızartılıp şerbete batırıldığı ortak bir mutfak kültürünü (Çelik ve Yalçın, 2024) ifade etmektedir. Hazırlama yöntemlerindeki benzerlik ise tarihsel bir ortak mutfak mirasından bahsedilebileceğini (Solmaz ve Altın, 2018) vurgulamaktadır. Katılımcılar, ekşi sütün kurutularak muhafaza edilme yönteminin mevsimsel olarak Türk ve Orta Asya ülkelerinin tatlılarının yapımındaki pratikliği ve lezzeti oluşturan bir muhafaza şekli olduğu konusunda hemfikirdirler. Bu kurutma tekniği geleneksel yöntemlerin sürdürülebilirliğinin devam ettiğini (Şahin vd., 2018) göstermektedir. Bir başka Katılımcı bahsettiği sümelek tatlısının yoğun emek sarf edilen içeriğinden bahsetmesi, geleneksel tatlı yapımındaki sabrın ne derece önemli olduğunu, bunun gibi bazı tatlılarının yapımının uzun hazırlık süreçlerini gerektirmesine rağmen halen uygulanıyor olmasını geleneksel yöntem ve tekniklere olan bağlılığın devam ettiği şeklinde görüş bildirmiştir (Badem, 2024; Eraslan, 2015; Demirel ve Çelik, 2021). Tüm bu bulgulardan hareketle Türkiye dostu ülkelerin mutfaklarında geleneksel teknik ve yöntemleri unutmadıkları söylenebilir.

Çalışmanın ikinci teması kapsamında bulunan ikinci kategorisi 'Lezzet' olarak ifade edilmiştir. Katılımcıların lezzet hakkındaki görüşleri şu şekilde sıralanmıştır:

K2: Baklava, künefe ve kadayıfı çok seviyorum. Hem çıtır çıtır hem de çok tat oranlarının yoğun olmasını seviyorum. İçlerine konulan kuruyemişler sayesinde dokularını zenginleştiriyor.

K8: Türk tatlılarından en çok katmer tatlısını beğendim. İç dolgusu ve yapılış tekstürü benim için ayrı bir lezzet teşkil etti. Türk tatlılarını daha çok seviyorum. Ağızda dağılıp açısından daha iyi ve lezzetli oluyor. Özellikle şerbetli tatlılar daha ince ve daha çıtır tatlılar.

K10: Soğuk baklava ve kazandibini daha çok sevdim, beğendim. Kazandibi bol sütlü, şekeri az ve karamelize olmasını beğendim. Soğuk baklava da hem baklava olduğu için incecik hamurlar hem de şerbeti sütlü ve şeker oranı hafif olmasından dolayı oldukça lezzetli oluyor.

Çalışmanın bu bölümünde katılımcılar lezzet kapsamında dokusal ve çıtırılığı açısından, ayırt edici tatları ve öne çıkan malzemeler bakımından, tatlılık ve ürün zenginliği kapsamında görüşlerini ifade etmişlerdir. Şerbetli tatlılardan baklava, künefe ve kadayıfın dokusal çeşitliliklerini tercih edenler bu tatlılara fındık, fıstık, ceviz gibi kuruyemişlerin ilave edilmesinin hem çıtırlığa katkıda bulunması hem de yoğun bir lezzet zenginliği taşıyan tatlıları ortaya çıkarabileceğini anlatmışlardır. Türk tatlılarında dokuyla ilgili bu durumlar tatlıların gövdeli bir ağız hissi zenginliğine (Şengül ve Adabalı, 2023; Oğuz, 2024) ulaştığını ifade edilmektedir.

Şerbetli tatlılardan katmer diğer şerbetli ürünlere göre iç dolgusu ve hazırlama yöntemiyle tereyağmsı bir aroma eşliğinde katılımcılar tercih edilmektedir. Bu durum ağızda dağılması, tatlılık, çıtırılık unsurlarından dolayı tüketildiğinin bir kanıtı olabilir. Hafif sütlü tatlılardan kazandibi (Çelik, 2023; Gün vd., 2008) şeker oranı yüksek tatlılara göre daha çok tercih edilmektedir. Türk tatlılarının lezzet dengesinin (Bakan, 2021; Emercan, 2022) tüketici tercihlerinde önemli olduğu ifade edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın amacı, Türkiye dostu ülkelere gelen öğrencilerin Türk tatlılarına ilişkin bakış açılarını, lezzet ve tat deneyimleri üzerinden incelemektir. Araştırmanın bulguları 'Tanımlar' ve 'Deneyim' iki tema altında toplanmıştır. 'Tanımlar' temasının altındaki beş kategori 'Ürün Dokuları', 'Kullanılan Ürünler', 'Kalite', 'Olumlu Tanımlamalar' ve 'Olumsuz Tanımlamalar' olarak belirlenmiştir. 'Deneyim' temasının altındaki ikinci kategori ise 'Teknik ve 'Lezzet' olarak belirlenmiştir. Araştırmanın kategori ve tema şeklinde belirlenen bulguları diğer çalışmalar ile karşılaştırılarak analiz edilmiştir. Alan yazındaki diğer çalışmaların sonuçları bu bulguları desteklemektedir.

Bu çalışmada elde edilen sonuçlardan birincisi, Türk tatlılarının dokusunun, görünüşünün ve lezzetinin, tüketicilerin tercihlerini belirlemede önemli olduğudur. Bu sonuç için Türk tatlı tercihlerinde yoğun kremalı sütlü tatlılar ve şeker oranı daha düşük olan şerbetli tatlıların öne çıkartılması gelecekteki Türk dostu ülkelere yönelik pazarlama çalışmalarında faydalı olabilir. Ayrıca katılımcılar baklava ve kadayıf gibi çıtır ağız hissi ve şeker oranının fazla olmasını da tercih etmektedirler. Bu durum ürün dokusunun hem geleneksel hem de bölgesel farklılıkları ortaya koyarak kültürel değerlerini yansıttığı şeklinde yorumlanabilir. Birinci sonucu kapsayan başka bir konu ise çalışmaya katılanların ülkelerinde ve Türkiye'de yapılan Türk tatlılarının krema ve süt yoğunluklarında farkları olduğudur. Elden edilen sonuçlardan ikincisi Türk tatlılarının tercih edilmesinde lezzet zenginliği açısından özgün tatları ve aromaları içermesi, içeriğinde kullanılan malzeme çeşitliliğinin zenginliği gibi faktörlerin etkili olduğudur. Bu durum Türk tatlılarının şerbetli, sütlü ve meyveli tatlılar gibi birden çok farklı kategorilere ayrılarak zengin bir çeşitliliğe sahip olmasının yanı sıra kendi ülkelerinde bu kadar çeşitli tatlıların olmadığını ortaya çıkarmıştır. Elde edilen sonuçlardan diğeri ise Türk tatlılarının içeriğinde ve kullanılan ürün kalitesinde bölgesel farklılıklar olduğu, tatlıların standart tariflere sahip olmadığıdır. Bu sonuç içeriğinde Türk tatlılarının yapımında kullanılan özellikle süt grubu malzemelerinin, alışıktıkları tat ve kıvamlara uymadığı eleştirilerini beraberinde getirmektedir. Ayrıca Türk tatlılarının yapımında içerisinde kullanılan malzemenin fazla olması lezzet ve uyumu arttırdığı konusunda birçok görüş bulunmaktadır. İnce ve çıtır yufkaların içine kuruyemişler eklenerek şerbetlenmesi söz konusu lezzet ve uyumu desteklediği şeklinde yorumlanabilir. Elde edilen sonuçlardan bir diğeri Türk tatlılarının geleneksel pişirme yöntemi kullanarak pişirildiğinde daha lezzetli olduğunun vurgulanmasıdır. Bu sonucu destekleyen unsur, Türkiye ve Türkiye dostu devletlerin tatlılarının yapımında kullandıkları geleneksel pişirme yöntemlerinin benzerlikler gösterdiğidir. Ürünlerin hazırlanması ve pişirilmesindeki bu benzerliklerin Türkiye dostu ülkeler nezdinde Türkiye'nin tarihi zengin ve köklü mutfak mirasına katkıda bulunduğu şeklinde ifade edilebilir.

Araştırmanın kategori ve tema şeklinde belirlenen bulguları, literatürdeki çalışmalar ile karşılaştırılmıştır. Alan yazındaki diğer çalışmaların sonuçları bu bulguları desteklemektedir (Ercelep ve Akdemir, 2022; Koçak ve Doğru, 2022; Esen, 2022; Cebeci ve Şen, 2020; Batu ve Kırmacı, 2006; Alyakut, 2020; Seçim, 2018; Doğan ve Yılmaz, 2022).

Araştırmada elde edilen başlıca sonuçlar şunlardır:

- *Türk tatlılarının dokusu, görünüşü ve lezzeti*, tüketici tercihlerini belirlemede önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle kremalı sütlü tatlılar ve şeker oranı daha düşük şerbetli tatlılar öne çıkmaktadır. Katılımcılar ayrıca baklava ve kadayıf gibi çıtır dokulu ve şeker oranı yüksek tatlıları da tercih etmektedir. Bu durum, ürün dokusunun hem geleneksel hem de bölgesel farklılıkları ortaya koyarak kültürel değerleri yansıttığını göstermektedir. Literatürde de benzer şekilde, malzeme ve dokunun tüketici tercihleri üzerindeki etkisi vurgulanmıştır (Ercelep ve Akdemir, 2022; Koçak ve Doğru, 2022).
- *Lezzet çeşitliliği ve aromatik zenginlik*, Türk tatlılarının tercih edilmesinde belirleyici olmuştur. Çalışmaya katılan öğrencilerin kendi ülkelerinde bu kadar çeşitli tatlı bulunmaması, Türk tatlılarını daha cazip kılmaktadır. Bu durum literatürde, Türk tatlılarının lezzet zenginliklerinin tüketici ilgisini artırdığına dair bulgularla paralellik göstermektedir (Esen, 2022; Cebeci ve Şen, 2020).
- *Malzeme kalitesi ve bölgesel farklılıklar*, tatlıların lezzet ve uyum algısını etkilemektedir. Özellikle süt grubu malzemelerin, alışıktır tat ve kıvamlara uymaması bazı eleştiriler getirmiştir. Bununla birlikte, ince ve çıtır yufkaların içine kuruyemiş eklenerek şerbetlenmesi, lezzet ve uyumu desteklemektedir. Literatürde de Türk tatlılarının üretimindeki bölgesel farklılıklar ve standart dışı uygulamalar benzer şekilde belirtilmiştir (Batu ve Kırmacı, 2006; Alyakut, 2020; Doğan ve Yılmaz, 2022).
- *Geleneksel pişirme yöntemlerinin kullanımı*, tatlıların lezzetini artırmakta ve Türkiye'nin tarihi mutfak mirasına katkı sağlamaktadır. Türkiye ve Türkiye dostu ülkelerdeki tatlıların hazırlanma ve pişirme yöntemlerindeki benzerlikler, bu mirasın korunmasına ve tatlıların tüketici nezdinde değer kazanmasına katkıda bulunmaktadır (Şahin, Baysal ve İşlek, 2018; Erdem, Babaoğlu ve Karakaya, 2020).

Bulgular ışığında hem akademisyenler hem de sektör için somut öneriler geliştirilmiştir:

Akademisyenlere yönelik öneriler;

Türk tatlıları ve Türkiye dostu devletlere ait benzer tatlıların lezzet üzerine duyuusal analizler yapılarak çalışmalar yürütülebilir. Türk tatlılarının ürün kalitesinin, lezzet, pazarlama ve ekonomik etkileri üzerine araştırmalar gerçekleştirilebilir. Malzeme kalitesinin lezzet, pazar ve ekonomik etkileri üzerine karşılaştırmalı araştırmalar yapılabilir. Türkiye ve dostu ülkelerdeki tatlıların bölgesel farklılıkları ve standartlaşma sorunları üzerine çalışmalar artırılabilir.

Sektöre yönelik öneriler;

Türk tatlılarının üretiminden tüketimine oluşan bölgesel farklılıklarını giderebilmek için sektörel iş birliği çalışmaları yapılabilir. Sektör şefleri ve aşçılık okulları ile Türk tatlılarının lezzet ve pazar paylarının iyileştirilmesine yönelik iş birliği kurulabilir. Tatlı üretiminde standart tarifler ve malzeme kalitesi için sektör iş birlikleri geliştirilebilir. Kremalı ve şerbetli tatlıların tüketici tercihlerine uygun ürün çeşitliliği ve tarif modifikasyonları yapılabilir. Aşçılık okulları ve sektör şefleri ile iş birliği yapılarak tatlıların lezzet, dokusal uyum ve pazarlama stratejileri geliştirilebilir. Geleneksel pişirme tekniklerinin korunması ve tanıtılması için eğitim ve atölye çalışmaları düzenlenebilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulundan 09.10.2024 tarih ve 331601 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

Adhabi, E., and Anozie, C. B. (2017). Literature review for the type of interview in qualitative search. *International Journal of Education*, 9(3), 86-97.

Ağan, C., ve Doğan, M. (2022). Lezzet ve lezzetin bilimi: Mutfak şeflerinin lezzet algıları üzerine bir araştırma. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 199-219.

Agorastos, G., Halsema, E. V., Bast, A., and Klosse, P. (2020). Review of mouthfeel classification. A New perspective of food perception. *Journal of Food Science and Nutrition: JFSN*, 107, 1-10.

Akay, A. (2012). *Restoran yöneticilerinin menü planlaması ve analizi konusuna yaklaşımları üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya.

Alagöz, S. B., ve Ekici, N. (2009). Ambalaja ilişkin tutum ve davranışlar: Karaman ili araştırması. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2009(2), 84-94.

Albarracín, W., Sánchez, I. C., Grau, R., and Barat, J. M. (2011). Salt in food processing; usage and reduction: a review. *International Journal of Food Science and Technology*, 46(7), 1329-1336.

Alibaşoğlu, E. K. (2020). *Geleneksel anjelika reçelinin fiziko-kimyasal ve fonksiyonel özelliklerinin araştırılması* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi, Bursa.

Alyakut, Ö. (2020). Kitle kültürünün geleneksel Türk tatlı kültürüne etkisi: İnternet medyasında yeni nesil lokma tatlısı. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 7(51), 377-391.

Arıkan, M. (2008). Küreselleşme ve millî kimlik açısından somut olmayan kültürel mirasın korunması. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 8(2), 1-8.

Auvray, M., and Spence, C. (2008). The multisensory perception of flavor. *Consciousness and Cognition*, 17(3), 1016-1031.

Aydın, B., Erdoğan, BZ ve Baloğlu, S. (2021). Mutfak imajı ile bir ülkeyi ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkide ülke imajının rolünün incelenmesi. *Uluslararası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(4), 555-568.

Badem, A. (2023). Unutulmaya yüz tutan geleneksel bir Türk tatlısı olan kenevir helvası ve sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi. *Electronic Turkish Studies*, 18(3), 793-806.

Badem, A. (2024). Türk mutfağında besin işleme yöntemleri ve muhafazası: Besin işleme yöntemleri ve muhafazası. *Anatolia Social Research Journal*, 3(1), 17-46.

- Bakan, R. (2021). *Türk mutfağındaki sütlü tatlıların değerlendirilmesi ve inovasyonu* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Batu, A., ve Elyıldırım, F. (2009). Geleneksel helva üretim teknolojisi. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 4(3), 32-43.
- Batu, A., ve Kırmacı, B. (2006). Lokum üretimi ve sorunları. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 3, 37-49.
- Baysal, K., ve Saçılık, M. Y. (2022). Yöresel yemek kültüründen bir miras; Milas tepsi böreği. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (Jshsr)*, 9(90), 2578-2586.
- Belpınar, A. (2014). *Gastronomi turizmine yönelik turist görüşlerinin kültürlerarası karşılaştırılması: Kapadokya örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Millî folklor*, 22(87), 159-169.
- Bilgin, S. (2018). *Yiyecek içecek işletmelerinde yerel mutfak öğelerinin kullanımı ve sürdürülebilirlik açısından incelenmesi: İzmir örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- Birdir, K., ve Akgöl, Y. (2015). Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Boyraz, H. D., ve Sandıkcı, M. (2023). Coğrafi işaretli ürünlerin somut olmayan kültürel miras türk mutfak kültürü unsurlarıyla karşılaştırılması: UNESCO gastronomi şehri Afyonkarahisar ili örneği. *Tourism and Recreation*, 5(2), 172-185.
- Buiet, G., Thomas-Danguin, T., and Feron, G. (2024). Is metallic perception a taste, an aroma or a flavor? *Medrxiv*, (9), 1-13.
- Cebeci, H., ve Şen, M. (2020). Coğrafi işaret tescilli soğuk bir lezzet: Görele dondurması. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(2), 197-217.
- Çelik, N. N., ve Yalçın, (2024) H. tulumba ve lokma hamurunun kızartılmasında kullanılan kızartma yağının incelenmesi. *Gıda ve Yem Bilimi Teknolojisi Dergisi*, (32), 1-12.
- Çelik, T. (2023). Sütü Tatlılar. İçinde Koç, H. Altıntaş, B. (Ed.), *Tatlı ve Pastacılık*, (ss.267-296). Ankara: Akademisyen Kitapevi.
- Ceylan, Ö. (2012). *Ürün arayüzünde bulunan uyarıcılar ile kullanıcı hafızası, mnemonik arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Fakültesi, İstanbul.
- Classen, C., Howes, D., and Synnott, A. (2002). *Aroma: The cultural history of smell*. London: Routledge.
- Coleman, P. (2022). Validity and reliability within qualitative research for the caring sciences. *International Journal of Caring Sciences*, 14(3), 2041-2045.
- Creswell, J. W. and Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (second edition)*. California: Sage Publications.
- Da Conceicao Neta, E. R., Johanningsmeier, S. D., and McFeeters, R. F. (2007). The chemistry and physiology of sour taste-a review. *Journal of Food Science*, 72(2): 33-38.

- Delwiche, J. (2004). The impact of perceptual interactions on perceived flavor. *Food Quality and Preference*, 15(2), 137-146.
- Demirel, M. A., ve Çelik, E. (2021). Rekreatif aktivite açısından Türk kültüründe nevrusun önemi ve nevrus etkinlikleri. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 8(3), 331-345.
- Demirkıran, D., and Demir, A. F. (2023). Re-thinking gastronomy as a foreign policy instrument: Turkish cuisine and turkey's gastrodiploacy activism. *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (17), 1-19.
- Dizdar, Y. (2012). Tatlının acıya dönüşünün hazin öyküsü: Nişasta bazlı şeker. *Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Dergisi*, 21, 22-25.
- Doğan, M., ve Yılmaz, M. (2022). Hatay ilinin gastronomi turizmi gelişmişlik düzeyinin tespitine yönelik bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 1146-1164.
- Doğan, N. Ş. (2006). Kültürel etkileşim üzerine: Karamanoğulları-Memluklu sanatı. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 23(1), 131-149.
- Dornenburg, A., and Page, K. (2008). *The Flavor Bible: The Essential Guide to Culinary Creativity, Based on The Wisdom of America's Most Imaginative Chefs*. Little, Brown Company, Boston-USA.
- Drewnowski, A. (2001). The science and complexity of bitter taste. *Nutrition Reviews*, 59(6), 163-169.
- Drewnowski, A., Mennella, J. A., Johnson, S. L., and Bellisle, F. (2012). Sweetness and food preference. *The Journal of Nutrition*, 142(6), 1142-1148.
- Eraslan, A. (2015). Antakya'da yaşayan Özbeklerde Nevruz bayramı ve nevrus tatlısı: Sümelek. *Folklor/Edebiyat*, 21(84), 109-129.
- Ercan, A., ve Arslan, S. (2013). Günümüzdeki moda diyetlerin enerji ve besin öğeleri açısından değerlendirilmesi. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 41(1), 50-57.
- Ercelep, B., ve Akdemir, N. (2022). Tescilli coğrafi işaretli gıda ürünleri: Türk tatlıları örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 6(3 (Special Issue: ICTEBS)), 550-563.
- Erdem, N., Poçan, H. B., Babaoğlu, A. S., ve Karakaya, M. (2020). Geleneksel nevrusine tatlısı üretimi. *Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology*, 8(8), 1618-1622.
- Eren, S. (2018). Ekolojik restoranlar ve perma-kültür uygulamaları: Ekbiçyeiç restoranı üzerine bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 534-552.
- Ermercan, B. (2022). *Günümüze ulaşamayan Osmanlı mutfağı tatlılarının belirlenmesi ve duyuşal açıdan değerlendirmeleri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Esen, M. K. (2022). Yöresel lezzetlerin gastronomi turizmi açısından önemi: Türkiye'deki helvalar. *Aydın Gastronomy*, 6(2), 283-294.
- Ferry, A. L., Hort, J., Mitchell, J. R., Cook, D. J., Lagarrigue, S., and Pamies, B. V. (2006). Viscosity and flavour perception: Why is starch different from hydrocolloids? *Food Hydrocolloids*, 20(6), 855-862.
- Fuke, S., and Shimizu, T. (1993). Sensory and preference aspects of umami. *Trends in Food Science and Technology*, 4(8), 246-251.

- Garber Jr, L. L., Hyatt, E. M., and Starr Jr, R. G. (2000). The effects of food color on perceived flavor. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 8(4), 59-72.
- Georgios, A. (2023). *Unraveling mouthfeel: A novel approach to understand taste*, (Unpublished Doctoral Thesis). Maastricht University, Hollande.
- Gibson, E. L. (2006). Emotional influences on food choice: Sensory, physiological and psychological pathways. *Physiology and Behavior*, 89(1), 53-61.
- Gülner, B. (2011). Yabancı öğrencilerde kültürleşme ve medya kullanımı. *Global Media Journal*, 2(3), 51-68.
- Gün, İ., Budak, H. N., ve Seydim, Z. (2008). Isparta ve Burdur illerinde üretilen güllaçların hijyenik kalitesi üzerine bir araştırma. İçinde Halkman K., Kaya M., (Eds.). Türkiye 10. Gıda Kongresi. (s.785-788). Erzurum: Gıda Teknoloji Derneği Yayınları.
- Hartley, I. E., Liem, D. G., and Keast, R. (2019). Umami as an 'alimentary' taste. a new perspective on taste classification. *Nutrients*, 11(1), 182.
- Hastaoğlu, E., Erdoğan, M., ve Işkın, M. (2021). Gastronomi turizmi kapsamında Türkiye peynir çeşitliliği haritası. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(3), 1084-1113.
- Kara, Ç. (2019). Pekmez, bal ve şeker: Helvaya statü veren tatlandırıcılar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(47), 74-88.
- Kasar, H. (2021). Türk mutfak kültürü evreleri ve mutfak sentezinin incelenmesi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11(2), 359-378.
- Kim, S., Xu, M., and Park, E. (2024). Food taste experiences and gastrophysics: Gender matters? In Eerang Park, Sangkyun Kim (Eds.), *Handbook on food tourism*, (pp. 259-271), Cheltenham, United Kingdom: Edward Elgar Publishing.
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E., ve Sarıışık, M. (2014). Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişiminde yaşanan değişimler. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(3), 191-210.
- Klosse, P. (2014). *The essence of gastronomy understanding the flavor of foods and beverages*, Boca Raton, Florida: CRC Press Taylor and Francis.
- Koçak, E., ve Doğru, E. (2022). Coğrafi işaretli ürünler kapsamında Beypazarı yöresel ürünlerinin türk patent ve marka kurumu tescil mevzuatınca değerlendirilmesi. *Journal of Academic Social Science Studies*, 15(90), 565-586.
- Kühn, S., and Gallinat, J. (2013). Does taste matter? how anticipation of cola brands influences gustatory processing in the brain. *Plos One*, 8(4), e61569.
- Kuşçu, A., ve Yıldırım, N. (2018). Acılığı giderilmiş kapariden (capparis spp.) geleneksel ve vakum yöntemleriyle üretilen reçellerin kalite özelliklerinin karşılaştırılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 22(2), 881-886.
- Ladonna, K. A., Artino Jr, A. R. and Balmer, D. F. (2021). Beyond the guise of saturation: rigor and qualitative interview data. *Journal of Graduate Medical Education*, 13(5), 607-611.
- López Arroyo, B., and Roberts, R. P. (2020). What wine descriptors really mean a comparison between dictionary definitions and real use. *Journal of Wine Research*, 31(4), 301-321.

- McGehee N. G. (2012). Interview Techniques. In Dwyer L., Gill A., Seetaram N. (Eds.), *Handbook of research methods in tourism: quantitative and qualitative approaches*, (pp. 365–376): UK: Edward Elgar Publishing.
- Merriam-Webster (2024). Çevrimiçi Sözlük, Erişim Tarihi: 01.11.2024, Erişim Adresi: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/flavor>.
- Michel, C., Velasco, C., Fraemohs, P., and Spence, C. (2015). Studying the impact of plating on ratings of the food served in a naturalistic dining context. *Appetite*, 90, 45-50.
- Morse, J. M. (1995). The significance of saturation. *Qualitative Health Research*, 5(2), 147-149.
- Mouritsen, O. G., and Styrbæk, K. (2017). *Mouthfeel: how texture makes taste*. New York, USA: Columbia University Press.
- O'Reilly, M. and Parker, N. (2012). Unsatisfactory saturation: A critical exploration of the notion of saturated sample sizes in qualitative research. *Qualitative Research* 13(2), 190-197.
- Oğuz, F. (2024). *Tarihsel Süreçte Türk Mutfağında Yer Alan Şerbetlerin Değerlendirilmesi ve İnovasyonu* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Olçay, G. A., ve Nasır, V. A. (2016). Yükseköğretimde uluslararasılaşma: en çok öğrenci alan ülkeler ve Türkiye perspektifinden 1999-2013 yıllarına bakış. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, (3), 288-296.
- Oleinik, A. (2011). Mixing quantitative and qualitative content analysis: Triangulation at work. *Quality and Quantity*, 45(4), 859-873.
- Özelif, N. S. (2023). *Marketlerde satılan soğuk kahvelerde hidroksimetilfurfural (hmf) içeriklerinin tespit edilmesi* (Yüksek lisans tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul.
- Özgüneş, R. E. (2020). Geçmişe özlemi lezzetlerde yaşamak: Gastronomi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 60-75.
- Özturan, K., ve Atasever, M. (2020). Erzurum ve çevresinde üretilen süt ve süt ürünlerinin mevsimlere göre mineral madde ve ağır metal içeriği. *Atatürk Üniversitesi Veteriner Bilimleri Dergisi*, 15(1), 51-62.
- Padilla-Díaz, M. (2015). Phenomenology in educational qualitative research: philosophy as science or philosophical science. *International Journal of Educational Excellence*, 1(2), 101-110.
- Parker, J. K. (2015). *Introduction to aroma compounds in foods. in flavor development, analysis and perception in food and beverages*. UK: Woodhead Publishing.
- Quinney L., Dwyer T. and Chapman Y. (2016). Who, where, and how of interviewing peers: implications for a phenomenological study. *SAGE Open*, 6(3), 1-10.
- Renz, S. M., Carrington, J. M. and Badger, T. A. (2018). Two strategies for qualitative content analysis: an intra method approach to triangulation. *Qualitative Health Research*, 28(5), 824-831.
- Rozin, P., Spranca, M., Krieger, Z., Neuhaus, R., Surillo, D., Swerdlin, A., and Wood, K. (2004). Preference for natural: Instrumental and ideational/moral motivations, and the contrast between foods and medicines. *Appetite*, 43(2), 147-154.

- Şahin, S. K., Baysal, K., ve İşlek, E. (2018). Geçmişten günümüze üzüm suyunun yerel lezzetlere dönüşümü: Gaziantep örneği. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (Jshsr)*, 5(31), 4939-4951.
- Savelli, C. J., Simpson, J. and Mateus, C. (2021). Exploring the experiences of members of the international food safety authorities network: An interpretative phenomenological analysis. *Journal of Food Protection*, 84(10), 1683-1697.
- Saygın, S., ve Hasta, D. (2018). Göç, kültürleşme ve uyum. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 10(3), 302-323.
- Schifferstein, H. N., Kudrowitz, B. M., and Breuer, C. (2022). Food perception and aesthetics-linking sensory science to culinary practice. *Journal of Culinary Science & Technology*, 20(4), 293-335.
- Seçim, Y. (2018). Selçuklu ve Osmanlı mutfağının gastronomi açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 4(2), 122-132.
- Şengül, A., ve Adabalı, M. M. (2023). Nörogastronominin duyular ve lezzet ile ilişkisi. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(7), 934-951.
- Shankar, M. U., Levitan, C. A., and Spence, C. (2010). Grape expectations: The role of cognitive influences in color-flavor interactions. *Consciousness and Cognition*, 19(1), 380-390.
- Sinaga, K. P. and Yang, M. S. (2020). Unsupervised k-means clustering algorithm. *IEEE Access*, 8, 80716-80727.
- Sinha, R., and Haluwalia, S. (2024). Gastronomic delights for community growth: Unravelling the impact of sustainable tourism in sikkim, India. *International Journal of Tourism Policy*, 14(4), 384-401.
- Smith, D. W. (2013). The role of phenomenology in analytic philosophy. In M. Beaney (Ed.) *The oxford handbook of the history of analytic philosophy*, (pp. 1495-1527) Oxford: Oxford University Press.
- Solmaz, Y., ve Altın, D. D. (2018). Türk mutfak kültürü ve beslenme alışkanlıkları üzerine bir değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 108-124.
- Spence, C. (2017). *Gastrophysics: The New Science of Eating*. Penguin, London- UK: Penguin.
- Staller, K. M. and Chen, Y. (2022). Choosing a research design for qualitative research-a ferris wheel of approaches. In A. Owen, U Raichura and J. Masih (Eds.) *The sage handbook of qualitative research design*. (pp. 69-86). United Kingdom: SAGE Publications.
- Stein, B. E., Stanford, T. R., and Rowland, B. A. (2020). Multisensory integration and the society for neuroscience: then and now. *Journal of Neuroscience*, 40(1), 3-11.
- Tastan, Y. K. (2012). Ulusal Ülküden emperyal vizyona: Rusya da kimlik arayışları. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 12(1), 69-134.
- Tavkul, U. (2007). Kültürel etkileşim açısından on iki hayvanlı Türk takviminin yayılışı. *Modern Türklük Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 25-45.
- Tekindal, M., ve Uğuz Arsu, Ş. (2020). Nitel araştırma yöntemi olarak fenomenolojik yaklaşımın kapsamı ve sürecine yönelik bir derleme. *Ufuk Ötesi Bilim Dergisi*, 20(1), 153-172.

Tracy, S. J. (2019). *Qualitative research methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact*. West Sussex, UK: Pubished John Wiley and Sons Wiley.

Türk Dil Kurumu. (2024). *Türk Dil Kurumu çevrimiçi sözlük*. Erişim Adresi: <https://sozluk.gov.tr/>

Ueda, H., and Poulain, J. P. (2021). What is Gastronomy for the French? an empirical study on the representation and eating model in contemporary France. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25, 100377.

Van Manen, M. (2017). But is it phenomenology? *Qualitative Health Research*, 27(6), 775-779.

Van Manen, M. (2023). *Phenomenology of practice: Meaning-giving methods in phenomenological research and writing*. New York, USA: Routledge.

Vuksanović, N., Tešanović, D., Kalenjuk, B., Portić, M., and Knežević, M. (2017). Socio-demographic characteristics as determinants of differences in perception of local gastronomy. *Економика пољопривреде*, 64(1), 359-373.

Wojnar, D. M., and Swanson, K. M. (2007). Phenomenology: An exploration. *Journal of Holistic Nursing*, 25(3), 172-180.

Yaşar, İ., ve Tekeler, M. C. (2023). Destinasyon pazarlama aracı olarak gastronomi turizmi: bir literatür incelemesi. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(3), 812-826.

Yılmaz, A. N., ve Kılıçoğlu, G. (2018). Türkiye'nin Orta Asya'daki yumuşak gücü ve kamu diplomasisi uygulamalarının analizi. *Türk Dünyası Araştırmaları*, 119(235), 141-184.

Yüce, G. E., ve Muz, G. (2021). COVID-19 pandemisinin yetişkinlerin diyet davranışları, fiziksel aktivite ve stres düzeyleri üzerine etkisi. *Cukurova Medical Journal*, 46(1), 283-291.