

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Üzerine Güncel Araştırmalar- VII

Editörler: Doç. Dr. Hasibe YAZIT
Doç. Dr. Kansu GENÇER



Gastronomi ve Mutfak Sanatları Üzerine Güncel Araştırmalar- VII

Editörler:

Doç. Dr. Hasibe YAZIT

Doç. Dr. Kansu GENÇER



Published by

Özgür Yayın-Dağıtım Co. Ltd.

Certificate Number: 45503

📍 15 Temmuz Mah. 148136. Sk. No: 9 Şhitkamil/Gaziantep

☎ +90.850 260 09 97

📞 +90.532 289 82 15

🌐 www.ozgur yayinlari.com

✉ info@ozgur yayinlari.com

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Üzerine Güncel Araştırmalar- VII

Editörler: Doç. Dr. Hasibe YAZIT • Doç. Dr. Kansu GENÇER

Language: Turkish-English

Publication Date: 2026

Cover design by Mehmet Çakır

Cover design and image licensed under CC BY-NC 4.0

Print and digital versions typeset by Çizgi Medya Co. Ltd.

ISBN (PDF): 978-625-8813-17-3

DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1344>



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>. This license allows for copying any part of the work for personal use, not commercial use, providing author attribution is clearly stated.

Suggested citation:

Yazıt, H. (ed), Gençer, K. (ed) (2026). *Gastronomi ve Mutfak Sanatları Üzerine Güncel Araştırmalar- VII*.

Özgür Publications. DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1344>. License: CC-BY-NC 4.0

The full text of this book has been peer-reviewed to ensure high academic standards. For full review policies, see <https://www.ozgur yayinlari.com/>



Ön Söz

Bilimsel araştırmaların disiplinler arası etkileşimle zenginleştiği günümüzde, gastronomi ve mutfak sanatları alanı yalnızca yiyecek-içecek üretimi ve tüketimiyle sınırlı kalmayıp; kültürel mirasın korunması, turizmde sürdürülebilirlik, gıda bilimi, tüketici davranışları ve toplumsal kimlik gibi geniş bir perspektifte ele alınmaktadır. Bu bağlamda hazırlanan Gastronomi ve Mutfak Sanatları Üzerine Güncel Araştırmalar – VII kitabı, alanın farklı boyutlarını akademik bir bakış açısıyla irdeleyen özgün çalışmaları bir araya getirmektedir. Kitapta yer alan bölümler, Gaziantep’in gastronomik lakap kültüründen Azerbaycan mutfağının unutulmaya yüz tutmuş yemeklerine; kerevizin fitokimyasal bileşiminin gıda bilimi ve gastronomiyle ilişkilerinden, aronya meyvesinin işlenmiş gıda ürünlerinde yaban mersinine alternatif olabilme potansiyeline; gastronomi turizminde çevrimiçi şikâyet davranışları ve hizmet telafisi uygulamalarına kadar geniş bir yelpazede güncel konuları kapsamaktadır. Bu çeşitlilik, gastronomi disiplininin hem kültürel hem de bilimsel yönlerini bütüncül bir şekilde ortaya koymaktadır. Bu eser, gastronomi ve mutfak sanatları alanında çalışan akademisyenler, araştırmacılar, lisansüstü öğrenciler ve sektör profesyonelleri için değerli bir kaynak niteliği taşımaktadır. Kitapta sunulan çalışmalar, gastronomi biliminin kültürel kimlik, toplumsal hafıza, fonksiyonel gıdalar ve turizmde hizmet kalitesi gibi farklı boyutlarını ele alarak literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Sonuç olarak, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Üzerine Güncel Araştırmalar – VII kitabı, gastronomi alanındaki güncel araştırmaları bir araya getirerek disiplinin gelişimine katkı sunmakta, kültürel mirasın korunmasına ve gastronomi turizminin sürdürülebilirliğine yönelik önemli bir akademik adım olarak değerlendirilmektedir.

İçindekiler

Ön Söz

iii

Bölüm 1

Lezzetin Lakabı: Gaziantep’te Gastronomik Değerlerin Kültürel Kimlik
Üzerinden Okunması

1

Elif Demir

Kübra Pektaş

Ali Şen

Bölüm 2

Kerevizin Fitokimyasal Bileşimi ve Gıda Bilimi ile Gastronomi Alanındaki
Yansımaları

27

İbrahim Canbey

Bölüm 3

Fonksiyonel ve Coğrafi İşaretli Bir Meyve Olarak Aronya: İşlenmiş Gıda
Ürünlerinde Yaban Mersinine Alternatif Olabilir mi?

55

İrem Çafa

Yılmaz Seçim

Ayşe Büşra Madenci

Bölüm 4

Cultural Memory of Azerbaijani Cuisine: Documentation of Forgotten
Flavors

73

Khanım Ahyeva

Neslihan Serçeoğlu

Gastronomi Turizminde Çevrimiçi Şikâyet Davranışları ve Hizmet Telfafisi:
TripAdvisor Üzerine Teorik Bir İnceleme

95

Sibel Özdemir

Lezzetin Lakabı: Gaziantep’te Gastronomik Değerlerin Kültürel Kimlik Üzerinden Okunması¹

Elif Demir²

Kübra Pektaş³

Ali Şen⁴

Özet

Gaziantep deyince akla ilk gelen unsurlardan biri gastronomidir. Bu çalışmada, toplumsal hafızanın bir parçası olan Gaziantep ilinde kullanılan gastronomik lakapların kültürel mirasın aktarımındaki rolünü ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırma amacını karşılamaya yönelik ilk olarak ikincil verilerden yararlanılmış ve konuyla alakalı her türlü belge ve sosyal medya platformlarında (Facebook, X, Instagram, Ekşi Sözlük) ve web sitelerinde yer alan gastronomik lakaplar 01-30.04.2025 tarihleri arasında “Gaziantep”, “Lakap”, “Antep Lakapları”, “Gaziantep Lakapları” anahtar kelimeleri irdelenmiştir. Elde edilen verilere frekansa bağlı olarak kelime bulutu analizi yapılmıştır. Daha sonra da uzun yıllardır Gaziantep’te yaşayan bireylerle 10.02.2026 - 01.04.2026 tarihleri arasında görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilere çalışma amacına uygunluğu göz önünde bulundurularak içerik analizi uygulanmıştır. Analizler neticesinde Gaziantep’te kullanılan lakaplar arasında gastronomiyle ilişkili olanların da önemli olduğu anlaşılmıştır. Elde edilen verilere göre Gaziantep’te sosyal yaşantı içerisinde yerel kültüre dair öğelerin yoğun şekilde kullanıldığı, gastronomik lakapların kültürel bir değer olduğu ve gastronomiyi sadece mutfak özelinde değil, halk dili ile de yaşatabildikleri ve gastronomik lakapların kent kültürünü öne çıkarmada önemli olabileceği sonucuna ulaşılmıştır. İlgili tespitlerden hareketle gastronomik lakapların kültürel bir değer olarak sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için çeşitli öneriler sunulmuştur.

1 Bu çalışma, 25. Ulusal Turizm Kongresi’nde sunulan “Lezzetin Lakabı: Gaziantep’te Gastronomik Değerlerin Kültürel Kimlik Üzerinden Okunması” adlı bildirinin, oturum sırasında alınan geri bildirimler doğrultusunda temel bulguları üzerinden kapsamının genişletilerek geliştirilmiş halidir.

2 Dr. Öğr. Üyesi ,Mardin Artuklu Üniversitesi, elifdemir@artuklu.edu.tr, 0000-0003-2314-1300

3 Doktorant Mersin Üniversitesi, pektaskubra7@gmail.com, 0000-0002-9862-3200

4 Dr. Öğr. Üyesi Konya Selçuk Üniversitesi, ali.sen@selcuk.edu.tr, 0000-0002-4310-362X

1.Giriş

Tarihsel akış dâhilinde toplumların sosyal olarak bütünlük içerisinde bir arada yaşadıkları ve birbirlerini tanımak için belli bir semboller kullandıkları bilinmektedir. Toplumlar söz konusu sembolleri gelecek kuşaklara aktarırken, adeta kelimeleri işleyerek anlatıma ayrı bir üslup katar ve miras unsuru haline getirerek gelenekselleştirir ve kaybolmalarına engel olurlar (Kültür Portalı, 2020). Bu miras unsurlarından biri de lakap takma geleneğidir. Kültürel yozlaşmanın çok hissedildiği bu dönemlerde dahi lakaplar, hâlâ Türk toplumunda kullanılmaktadır (Cebeci, 2022: 128). Lakaplar dil ve kültür açısından isimlerle aynı özelliklere sahip olsa da lakabı isimden ayıran en önemli özellik, beklentilerin yerine kişinin özelliklerini yansıtmasıdır. Yani lakaplar; toplumun yaşam düzeni, düşünce tarzı, kalıp yargıları, insanlar arası ve toplumsal ilişkiler hakkında ipucu veren unsurlardır (Çalışkan, 2022: 112). Dolayısıyla Türk kültüründe bir gelenek olan lakapların; kültürün korunması ve aktarımı için önemli olduğu söylenebilir (Özmen, Birsen ve Birsen, 2017; Cebeci, 2022).

Kültürel mirasın bir unsuru (Özmen, Birsen ve Birsen, 2017) olduğu belirtilen lakapların literatürde yiyecek, yemek, yemek unsuru ve meslek sebebiyle gastronomik değerleri de yansıtabildiği ya da bireye bir yiyecek ve/veya yemeğe benzetildiği, bir yiyecek/yemeğe düşkün olduğu için gastronomik değerler içeren lakaplar verilebildiği bilinmektedir (Coşar, 1999; Kabak, 2014; Çalışkan, 2016; Baş ve Güllüdağ, 2019; Cebeci, 2022). Buradan hareketle gastronomik lakapların da kültürel mirasın aktarımında önemli bir yeri olduğu söylenebilir.

Literatür irdelendiğinde (Kabak, 2014; Çalışkan, 2016; Cebeci, 2022; Çalışkan, 2022) yiyecek-içecek ile ilgili lakapların Türk geleneğinde sıklıkla kullanıldığı hatta yiyecek-içecek ile ilgili mesleklerin lakap vermede ilk sırada yer aldığı (Baş ve Güllüdağ, 2019: 100) ifade edilmiştir. Ancak gastronomik lakaplarla ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanılmamış olup; toplumsal hafızanın bir ögesi olan gastronomik lakapların bireyleri betimlemesi, kültürel mirasla ilişkisinin irdelenmesinin gerekliliği araştırmanın önemini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda da gerek UNESCO yaratıcılar şehri kapsamında gastronomi kenti olan gerekse öne çıkan özelliği lakapçılık (Kültür Portalı, 2013) olan Gaziantep'in gastronomik lakaplarının, kültürel mirasın aktarımında rolünün irdelenmesi araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Gaziantep'te kullanılan gastronomik lakaplar, çeşitli sosyal medya mecraları ve web siteleri aracılığıyla irdelenecektir.

Lakapların çeşitli sosyal medya mecraları ve web siteleri aracılığıyla irdelenmesinin temel sebebi, kültürel aktarım ve kimlik inşasında sosyal

medyanın yeriyile ilgilidir. Çünkü sosyal medya kimlik inşa sürecinde önemli bir yer tutmaktadır (Sarıbek, 2017: 239; Kaya, 2021: 1404). En iyilerin paylaşıldığı, kusursuz bir imaj, zenginlik ve gösterişin ortaya koyulduğu sosyal medya platformları; bir sosyal kimlik inşa ve platform alanına dönüşmüş ve oraya yüklenen her bir gönderi (fotoğraf, yazı, video vs.) “kimlik inşasını ve idealleştirilmiş görüntüyü” temsil etmektedir (Bakıroğlu, 2013: 1049-1051; Sütüoğlu, 2015: 127; Demirel ve Karanfiloğlu, 2020: 238). Bu doğrultuda kimlik inşasında önemli olan sosyal medya ve web siteleri aracılığıyla Gaziantep ilinde erişilen gastronomik lakaplar sınıflandırılmak üzere içerik analizine tabi tutulmuştur.

2.Lakaplar

İsim verme veya ad takma/adlandırma ihtiyacının, aitlik ifade etme ve bilinmeyi tanımlama göstergesi olarak ilkel insanlardan bu yana süregeldiği antropologlarca ortaya konmuştur. Başka bir ifade ile varoluştan bu yana insanoglu, gözünün gördüğü, elinin işaret ettiği her canlıyı ve nesneyi, adlandırma yoluna gitmiştir (Işıkhana, 2008: 7; Hasbay, 2019: 35). Türk kültüründe de Orta Asya’dan bu yana süregelen bir folklor olayı olarak ad verme, ad koyma, ad takma ve lakap takmadan bahsedilmektedir. Türklerde lakap geleneği çok eski dönemlerden beri kullanılagelen bir gelenektir. Kaşgarlı Mahmut, bunun için “lakap takmak” terimini kullanır (Hasbay, 2019: 28-34). Arapça kökenli bir kelime olan lakap (Yiğit ve Dinç, 2023: 837) Türk Dil Kurumu (2025) tarafından *“bir kimseye, bir aileye kendi adından ayrı olarak sonradan takılan, o kimsenin veya o ailenin bir özelliğinden kaynaklanan ad”* olarak tanımlanmaktadır. Bir başka deyişle lakap asıl ada sonradan eklenen ve kişinin herhangi bir özelliğinden dolayı ona verilen isimdir (Kabak, 2014: 4). Bu doğrultuda lakaplar, kişinin daha rahat tanıtılması veya hatırlanabilmesi için adından önce getirilen “tanıtıcı bir ön ad” olarak ifade edilebilir. Lakap geleneğini milletlerin çoğunluğu kullanmaktadır. Çünkü sosyal bir grubun üyesi olmak, bağlanacağı gruba aidiyetlik gerektirdiğinden, her millet kendinde olanı adlandırarak tanıma, seçme ve sınıflandırma eylemini de beraberinde getirir. Türk toplumunda da lakapların yaygın bir kullanımı olup (Işıkhana, 2008: 7; Çalışkan, 2016: 104); Hamdi Arık *“Bizim insanımız birisine yakışan lakabı ‘şak’ diye koyuverir”* demiştir (Özdemir ve Erdem, 2016: 248). Dolayısıyla lakapların Türk toplumu için önemli olduğu söylenebilir. Öyle ki Eski Türklerde ad verme gibi lakap takmanın da çok önemli olduğu ve adeta ad takma ile lakap takmanın birbirini karşılayan iç içe geçmiş iki terim olduğu bilinmektedir. Eski Türkler, belli bir yaşa gelip bir hüner göstermediği sürece ona bir isim vermez, bir kahramanlık yapması ile hünerine binaen verilen lakabı aynı zamanda ismi olarak kullanılarak tanınmasını sağlardı (Hasbay, 2019: 34).

Eski Türklerde olduğu kadar İslamiyet'te de lakap takmanın yaygın olduğu ifade edilebilir. Her ne kadar İslamiyet'te lakap takmanın hoş karşılanmayan bir eylem olduğu ifade edilse de (Altıntaş, 2022: 72), Kur'an-ı Kerim'de bizzat Allah'ın lakap taktığı belirtilmektedir. Kur'an-ı Kerim için Allah “ümmü'l-kitab” (kitapların anası) lakabını kullanmaktadır. Mekke şehri Kur'an da “ümmü'l-kurâ” (beldelerin annesi) olarak geçerken, Hz. Muhammed'in eşleri için de Kur'an, “ümmü'l-mü'min'in” (mü'minlerin annesi) lakabını kullanmaktadır (Aksu, 2001). Peygamberlere de Kur'an'da geçen âyetlerden ve taşıdıkları vasıflardan hareketle çeşitli lakaplar verilmiştir. Hz. İsa'ya “Mesih”, “Rûhu'llâh” ve “Kelîmetu'llâh”, Hz. Yûnus'a “Zünnûn”, Hz. Ya'kûb'a “İsrâil”, Hz. İbrâhim'e “Halîlu'llâh” ve Hz. Mûsâ'ya “Kelîmu'llâh” lakapları takılmıştır. Ayrıca Hz. Muhammed'e dürüstlüğünden ve güvenilirliğinden dolayı “el-Emîn” lakabı verilmiştir (Menekşe, 2019: 321). Hatta lakap verme geleneği o kadar geniş bir alana yayılmıştır ki insan dışında canlı cansız varlıklara da lakap verildiği; Hz. Peygamberin devesine Kasva, miraca yükseldiği bineğine Burak; Hz. Ali'nin atına düldül, kılıcına ise Zülfikar adlarının verildiği bilinmektedir (Kalkan, 2020: 200). Bu kadar kadim bir gelenek olan lakap takmanın bugün bahsinin azalması, köyden kente göçle birlikte aynı kültürün paydaşı olan insanlar arasında sosyal ve kültürel paylaşımın zamanla yok olması ve bu iletişim kopukluğundan lakapların da nasiplenmiş olduğu ile açıklanmaktadır (Altıntaş, 2022: 35). Eskiden beri süregelen bu yozlaşmalar ek olarak günümüzde de Türkiye'de kişi adbilim alanında soyadı, mahlas, kod adı, lakap gibi türlerin çoğu kez dikkate alınmadığı; Antroponimin bu türleri derlemesi, kökenlerinin, anlamlarının ve bu türlerin oluşumundaki geleneklerin ortaya konması noktasında henüz yapacak çok iş olduğu ifade edilmektedir (Hasbay, 2019: 27).

2.1. Gastronomik Lakaplar

Lakaplar, olumlu ve olumsuz lakaplar olarak; kişilere işi ve uğraşı, kişinin belirgin özellikleri, tavır / davranışları, giyim-kuşam ve konuşma tarzı, fizikî özrü, eksikliği, hastalığı, sahip olduğu yetenekleri, soyu-etnik kökeni ve soyadı, bir olaya bağlı olarak ortaya çıkan, geldikleri yer adından hareketle, hayvanlara benzetme yoluyla, askerlik görevi ile ilgili olarak ve düşkün olduğu yiyecek ve içeceklerle göre verilen lakaplar olarak literatürde (Çalışkan, 2016: 106-122; Emet, 2020; Cebeci, 2022: 122-128; Çalışkan, 2022: 114-120; Altıntaş, 2022) kategorize edilmiştir. Dolayısıyla kişinin işi ve uğraşı, belirgin özellikleri veya düşkün olduğu yiyecek ve içeceklerle göre kategorilendirilen lakaplar arasında bir yiyecek ve/veya içeceğe vurgu yapılıyorsa, kişinin işi veya uğraşı bir yiyecek-içecek veya yemekle ya da malzemesiyle ilgiliyse veya kişi bir yiyecek-içecek unsuruna benzetiliyorsa gastronomik lakaplardan söz edilebilir.

Gastronomi tarihsel gelişme sürecinden başlayarak yiyecek-içeceklerin özelliklerinin ayrıntılı olarak anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmalarını kapsayan ve aynı zamanda bilimsel ve sanatsal unsurlara katkı sağlayan bir bilim dalı"dır (Sormaz ve ark., 2018: 41). Bu doğrultuda gastronomik lakaplar ise "kişileri bir yiyeceğe, yemeğe benzetme, gastronomik unsurlar ile bütünleştirme veya mesleğinden (aşçı, şef, usta vs.) dolayı kişilere takılan lakaplar" olarak ifade edilebilir. Bireyin fiziki özelliği, karakteri, davranış şekli ya da mesleği bir yiyeceğe, yemeğe benzetilebilir. Bununla birlikte kişinin mesleği, bir yemek, yiyecek gibi gastronomik unsurlarla ilgili olabilir ya da gastronomiyi yansıtabilir. Bunun da gastronomik lakapların ortaya çıkmasına sebep olduğu söylenebilir. Literatürde bu açıklamayı destekler nitelikte kişiye lakap verilirken o kişinin çeşitli özellikleri içerisinde yemek alışkanlıklarının da önemli rol oynadığına vurgu yapılmıştır (Emet, 2020: 438). Yine literatürde (Atlı, 2017) gastronomiden hareketle alınan lakapların birinde, kişinin kelle yemeğini çok sevdiği ve çok yediği için "Kelleci Memed" lakabı aldığı ifade edilmektedir. Aynı çalışmada "Deli Hasan" lakaplı kişinin aldığı lakabın hikâyesi şöyle anlatılmaktadır: *"Hasan, arkadaşlarıyla birlikte ava gider. Arda oturup yemek yerler. Yemekte sadece kuru ekmek vardır. Sadece kuru ekmekle karınlarını doyurmak istemezler. O esnada yakınlarından eşekle helvacı geçiyormuş. Hasan, helvacıdan helva almak için bir oyun oynar. Çırılçıplak soyunduktan sonra "Otuz dokuzdum bugün kırkuma girdim." diyerek helvacının yanına gitmiş. Sürekli zıplayarak bu sözü tekrar eder. Hasan'ı bu hâlde gören helvacı, "Bu adam delirmiş, kafayı yemiş." diyerek eşeği bırakıp köye kaçmış. Hasan da eşekten kafası kadar büyüklükte helva alıp arkadaşlarının yanına gitmiş. Arkadaşlarına helvayı nasıl aldığını anlatmış. Helvacı da köyde başına gelenleri anlatmış. Karşıma bir deli çıktı, sonra böyle böyle oldu demiş. Bu olaydan sonra Hasan'a "Deli Hasan" lakabı verilmiş."* Başka bir çalışmada, kafası çalışmadığından ve yemek kepçesine benzerliğinden dolayı kişiye "Sare kondez" (Zazacada sare, kafa; kondez ise yemek kepçesi demektir) ve vakitli vakitsiz her ortamda yemek yediği için kişiye "çillek" (Zazacada açgözlü) lakabı verildiği ifade edilmektedir (Bulukgiray, 2021). Anadolu'nun birçok yerinde bu tarz gastronomik lakap hikâyelerinin yer aldığı gerçeğinden hareketle gerek doğrudan gerek dolaylı yoldan birçok lakabın gastronomiyle ilişkisi olduğu, başka bir ifade ile "gastronomik lakap" olduğu ifade edilebilir.

2.2. Gastronomik Lakapların Kültürel Miras ile İlişkilendirilmesi

Lakaplar, kişiye herhangi bir özelliği sebebiyle kendi grup kültürü bağlamında sonradan verilen isimdir. Dolayısıyla lakaplara çağrışım kapsülleri denilebilir (Kabak, 2014: 11). Fiziki bir özellik, karakter yapısı, davranış şekli veya kişinin başından geçen bir olay, mesleği lakabın çevreye uygun mesajı iletecek şekilde

genellikle tek kelimeyle ifade edilmektedir (Kabak, 2014: 11; Cebeci, 2022: 122-128; Çalışkan, 2022: 114-120). Lakaplar genellikle toplum hafızasında saklanan ve nesilden nesile aktarılacak amacıyla gelenekselleşen bir unsurdur (Özdemir ve Erdem, 2016: 257; Baş ve Güllüdağ, 2019: 89). Lakaplar kültürel ve sosyal kimliklerin inşasını, toplum içindeki etkileşimleri, toplum hafızasında yer alan sosyal bağları güçlendiren ve kültürel kimlikleri pekiştiren unsurlardır (Musluk, 2024: 235). Lakaplar, somut olmayan kültürel miras öğeleridir (Özmen, Birsen ve Birsen, 2017: 66). Lakaplar gibi gastronomik unsurların da kültürel miras ögesi olduğu dikkate alındığında; pişirilen yemeklerin malzemeleri, pişirme yöntemleri, sunumu, tarihsel gelişimi, yemeklerin üretimi, tüketim şekli, saklama teknikleri gastronomik unsurları oluşturur ve dolayısıyla kültürel mirasında kapsamına girmektedir. Hatta literatürde bu mutfak kültürleri *gastronomik miras* olarak ifade edilmektedir (Eren, 2023: 152). Bu gastronomik unsurlar, UNESCO'ya dâhil edilerek yalnızca geçmişin bir yansıması değil, aynı zamanda geleceğin de bir anahtarı olarak da karşımıza çıkmaktadır (Çalışkan, 2025: 936). Bu doğrultuda gerek lakapların gerekse gastronomik ürünlerin kültürel miras unsuru olduğu söylenebilir (Tekeli, Yıldırım ve Çatak, 2024: 46). Dolayısıyla gastronomik lakapların da kültürel mirasla ilişkili olduğu söylenebilir.

Literatürde lakaplar genellikle bir gelenek (Coşar, 1999; Kabak, 2014; Çalışkan, 2016; Özdemir ve Erdem, 2016; Cebeci, 2022; Çalışkan, 2022) olarak irdelenmiş olup; bazı çalışmalarda lakapların kültürel mirasın (Özmen, Birsen ve Birsen, 2017) bir ögesi ya da kültürel aktarıma katkısı (Menekşe, 2019) olduğundan bahsedilmiştir. Aynı şekilde gastronomik ve kültürel mirasın irdelendiği çalışmalar literatürde (Ağcakaya ve Can, 2019; Özkan, 2020; Cihangir, Akmeşe ve Akmeşe, 2023; Eren, 2023; Deniz, 2024; Çalışkan, 2025) yer almakta ve gastronomi unsurlarının kültürel mirasın ögesi olduğu çalışmalarda (Can ve Ağcakaya ve Can, 2019: 793; Boyraz ve Sandıkçı, 2023: 173) ifade edilmektedir. Ancak literatürde gastronomik lakaplar ve gastronomik lakapların kültürel mirasla ilişkisiyle ilgili çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu durum, lakapların halk bilimi alanında kendine daha az yer bulmuş olduğu ile açıklanabilir (Altıntaş, 2022: 33).

2.3. Gastronomik Lakapların Şehri Gaziantep

Gaziantep'te lakap kültürü, bireylerin fiziksel özellikleri, davranışları ve sosyal çevreleriyle doğrudan bağlantılıdır (Kültür Portalı, 2020). Öte yandan Gaziantep'in gastronomideki yerinin belirgin ve önemli olduğu aşikârdır. Öyle ki Gaziantep halkının bölge adlandırması yaparken dahi tabiatın bitki örtüsünü göz önünde bulundurduğu ve dut, zeytin, pancar, bostan gibi meyve, sebze adlarını bölgeye verecek kadar gastronomik unsurların belirgin bir yapı

taşıdığı ifade edilmektedir. Hatta Gaziantep'in kendi lakabı bile gastronomiyle ilişkilidir. Örneğin Gaziantep “Baklava Şehri” ya da “Kebab Şehri” olarak tanındığı ifade edilmektedir (Gaziantep Ekspres, 2025). Bununla birlikte Kavaklık Semti'nin, adını Kavaklık mesire yerinden aldığı göz önünde bulundurulduğunda (Işıksan, 2008: 53), dolaylı yoldan dahi kentin birçok adlandırmasının gastronomik unsurlar taşıdığı görülmektedir. Özdağ (2018) tarafından Gaziantep'te esnafın lakaplarını ele alındığı çalışmada “Şireci Memik”, “Un Hayri”, “Kebabçı Ökkeş”, “Fırıncı Kerim”, “Kasap Mehmet”, “Dürümcü Memo”, “Kelle Mamed” “Tomatos Ahmet”, “Şişko Hasan”, Tosun Mamed”, “Bey Cuma (Soğan ve sarımsak yemediği için)”, “Tut Delisi” gibi lakaplara yer vererek Gaziantep'te gastronomik lakapların varlığını gözler önüne sermiştir. Bu doğrultuda bu çalışmanın ana tezi, toplumsal hafızanın bir ögesi olan lakapların, Gaziantep ilinde gastronomik unsurlarla daha da pekiştiği ve yoğun kullanıldığı yönündedir. Toplumun devamlılığı ve toplumsal kültürün oluşmasında önemli bir unsuru olan kültürel mirasın (Çalışkan, 2025: 936) ögesi olduğu düşünülen gastronomik lakapların, UNESCO yaratıcı gastronomi şehri olan ve en belirgin yöresel özelliklerinden biri Lakapçılık olan (Kültür Portalı, 2020) Gaziantep özelinde irdelenmesi bu araştırmanın gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu gereklilikten hareketle gastronomik lakapların kültürel mirasla ilişkisi, kültürün geleceğe aktarımındaki rolünün irdelenmesi de araştırmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda aşağıda yer alan araştırma sorularına cevap aranmaktadır.

- 1) Gastronomik lakapların kültürel mirası aktarmadaki rolü nedir?
- 2) Gastronomik değerlerin bireylerin betimlenmesindeki rolü nedir?

3.Yöntem

Çalışma toplumsal hafızanın bir ögesi olan Gaziantep ilinde kullanılan gastronomik lakapların tespiti ve kültürel mirasın aktarımında rolünün irdelenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda çalışma nitel araştırma deseninde tasarlanmış olup; öncelikle konuyla alakalı her türlü belge ve sosyal medya platformlarında (Facebook, X, Instagram, Ekşi Sözlük) ve web sitelerinde yer alan gastronomik lakaplar 01-30.04.2025 tarihleri arasında “Gaziantep”, “Lakap”, “Antep Lakapları”, “Gaziantep Lakapları” anahtar kelimeleri irdelenmiştir. Elde edilen gastronomik lakaplar kelime bulutu analizine tabi tutulmuş ve Gaziantep ilinde gastronomik lakapların yeri tespit edilmeye çalışılmıştır. Ardından konunun derinlemesine anlaşılması için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak veriler toplanmıştır. Araştırma evrenini uzun yıllardır Gaziantep'te yaşayan bireyler oluşturmaktadır. Çalışmanın geçerliliği, nitel araştırmalarda yaygın olarak benimsenen uzman görüşü ve veri üçlemesi

(triangulation) yöntemleri ile desteklenmiştir. Bu doğrultuda kuramsal veriler, yazarların tecrübeleri, katılımcı ifadeleri, literatür ve uzman görüşü ölçütlerinden yararlanılmıştır. Ayrıca araştırma süreci açık ve detaylı olarak ifade edilmiştir. Araştırmada görüşme soruları literatürden hareketle (Çalışkan, 2016: 106-122; Sormaz ve ark., 2018; Emet, 2020; Cebeci, 2022: 122-128; Çalışkan, 2022: 114-120; Altıntaş, 2022) geliştirilmiş olup bir görüşme formu oluşturulmuştur. Görüşme formu, uzman görüşüne (3) başvurulacak geliştirilmiştir. Uzman görüşleri doğrultusunda, görüşme formunda yer alan açık uçlu sorular aşağıda belirtilmiştir. Ayrıca katılımcıların yaşı, cinsiyet, eğitim düzeyi meslek, Gaziantep'te yaşama süresi ve gastronomik lakabını öğrenmeye yönelik sorular da formda yer almıştır.

1. Sahip olduğunuz gastronomik lakap nasıl ve ne zaman ortaya çıktı?
2. Bu lakabın; bir yiyecek, yemek, meslek ya da Gaziantep mutfak kültürüyle ilişkisini açıklar mısınız?
3. Bu lakapla anılmanın sizde uyandırdığı hisler nelerdir? Zaman içinde bu hislerinizde bir değişiklik oldu mu?
4. Çevrenizdekiler lakabınızı genellikle hangi amaçla kullanıyor (şaka, sevgi, saygı, alay vb.) ve bu, size bakışlarını veya yaklaşımlarını etkiliyor mu?
5. Gaziantep'li olmayan biri size bu lakapla seslendiğinde neler hissedersiniz?
6. Kendi lakabınızı başka birinin de kullandığını duyduğunuzda neler hissedersiniz?
7. Kendi lakabınız üzerinden bir değerlendirme yaptığınızda sizce gastronomik lakaplar, Gaziantep'e özgü kültürel kimliği ve mutfak mirasını ne derece yansıtmaktadır?
8. Gaziantep'teki gastronomik lakapların genç kuşaklara aktarılması için neler yapılabilir?
9. Sizin gastronomik lakap hikâyenize benzeyen unutamadığınız başka bir lakap hikâyesi varsa paylaşır mısınız?

Görüşme soruları belirlendikten sonra Mardin Artuklu Üniversitesi 06.02.2026 tarihli toplantısında 240134160 sayılı karar ile etik kurul izni alınmıştır. Araştırmada kasti örnekleme tekniği kullanılmıştır. Araştırmada veriler 10.02.2026 - 01.04.2026 tarihleri arasında Gaziantep'te yaşayan bireylerden toplanmış olup; elde edilen verilere içerik analizi uygulanmıştır.

Bayrama Hazırlanıyor”, *“Bıçak Ustalarının Umudu Gelecek Bayrama Kaldı*”, *“Kurbanın Kabul Olması Onların Ustalığına Bağlı*”, *“Bıçak Bileme Ustaları Bayrama Hazırlanıyor*” haberlerine çok sık rastlanmaktadır ve bıçakçıların kentteki önemi yerel kanallar ile de vurgulanmaktadır (GRT, 2025). “Ekmekçi” lakabı değerlendirildiğinde, Gaziantep’te fırın kültürünün önemli bir yere sahip olduğu (Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2025) hatta meslek odalarının verilerine göre kentte yaklaşık 1600 pide fırını ve 115 francala ekmek fırını bulunduğu bilinmektedir. Antep tırnaklı pidesinin coğrafi işaret tescilli bir ürün olduğu da göz önünde bulundurulduğunda (Türkiye Kültür Portalı, 2025), “ekmekçi” lakabının şehir içinde yaygın kullanıma sahip olduğu ve bu oranın çalışma bulgularına yansımış olduğu ifade edilebilir. Öyle ki Gaziantep’te esnaflar arasında malın kalitesi gibi yapılan işin de kaliteli olması gerektiğini anlatan *“Ekmeği ekmekçiye ver, bir ekmek de üste ver”* (Özdal, 2023: 281) şeklinde atasözü bulunmaktadır.

Et denilince akla ilk gelen illerden biri olan ve gastronomi turizmi ile tanınan Gaziantep’te balık ve tavuktan ziyade kırmızı et tüketim tercihinin yüksek olduğu ifade edilmektedir (Yılmaz Tilki ve Keskin, 2024). Buradan hareketle “kasap” lakabına sıklıkla rastlanması aşîkârdır. Nitekim Gaziantep’liler genellikle evlerinde hazırladıkları iç malzemeleri mahalle kasabına gönderir. Kasap ise malzemeleri et ve baharatlarla çeker ve Antep lahmacunu karışımını hazırlar. Daha sonra karışım mahalle fırınına gitmek üzere yola çıkar (Kılınç Şahin ve Baysal, 2022: 429). Sadece ev halkı da değil, Gaziantep’li esnaflar da öğle yemeklerinde ellerindeki küçük esnaf tepsileri ile önce kasabın, sonra da fırının yolunu tutmaktadırlar. Hatta Gaziantep’te kasaplık öyle önemlidir ki esnaflar arasında meslek folkloru bağlamında kullanılan *“Bakmakla olsa, it kasaplığı öğrenir”* şeklinde atasözü de mevcuttur (Özdal, 2023: 280). “Altın kasap” lakabı da “kasap” kategorisinde değerlendirildiğinde, kentte kasaplığın ve kasap lakabının önemi, gün yüzüne çıkmaktadır.

Görselde arka planda yer alan gastronomik lakapların da kent kültürünü öne çıkarmada önemli olabileceği düşünülmektedir. Nitekim “paklavanın şiresi”, Gaziantep deyince ilk akla gelen öğelerden olan ve ünüyle nam salan “baklava”nın birçok Gaziantep manisinde (Fidan 2018: 289) ve yöresel kent hikâyelerinde (Özdal, 2018: 171) yer aldığı görülmektedir. Bunun yanı sıra salatasıyla, cacığıyla ve mahreç işaretli pirpirim aşısıyla “pirpirim”in de öneminin büyük olduğu ve halk arasında benzetme ve lakaplarda yoğun kullanıldığı düşünülmektedir. Ayrıca “gavurmacı”, “havlacı”, “fıstıkçı”, “kellecı” lakaplarının kentte kullanımının daha yaygın olduğu düşünülmektedir. Örneğin coğrafi işaretli bir ürün olan “Antep Fıstığı” satıcılarının geneline “fıstıkçı” diye hitap edilmesinden ve bu profille öne çıkmalarından doğal bir şey olamayacağı ifade

edilebilir. Söz konusu lakapların düşük frekans sıklığına sahip olması, sosyal medyaya veya web sitelerine yansımamış olması ile ilişkilendirilebilir.

Araştırmanın saha kısmında Gaziantep'te yaşayan bireylere erişilerek veriler derlenmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde çoğunluğun (%81,8) erkek bireylerden oluştuğu görülmektedir. Yaş dağılımı bakımından ağırlıklı olarak 46 yaş ve üzeri bireylerden oluşan katılımcıların, önemli bir kısmının (%72,7) ilköğretim mezunu olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte katılımcıların çoğunluğunun 20 yıldan uzun süredir Gaziantep'te ikamet ettiği ve meslek grupları bakımından ağırlıklı olarak çiftçilik ve esnaflık faaliyetlerinde bulunduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Eğitim Düzeyi	Frekans	Yüzde
Kadın	2	18,1	İlköğretim	8	72,7
Erkek	9	81,8	Lisansüstü	2	18,8
Meslek/Uğraş			Lise	1	9,09
Çiftçi	5	45,4	Gaziantep'te yaşama süresi		
Esnaf	3	27,2	60 yıl ve üstü	4	36,6
Öğrenci	1	9,09	21 -40 yıl	3	27,7
Akademisyen	1	9,09	41-60 yıl	3	27,7
Ev hanımı	1	9,09	20 yıl ve altı	1	9,09
Yaş			Toplam	11	100
46-60	4	36,3			
31-45	3	27,7			
61 yaş ve üstü	3	27,7			
18-30	1	9,09			

Çalışmanın bu kısmında içerik analizi sonucunda elde edilen bulgular açıklanacaktır. Bu süreçte ilk olarak katılımcı formları numaralandırılmıştır. Sonra katılımcıların cevaplarından hareketle katılımcı formundaki her soru için ayrı olarak sıklık seviyesine göre ortak bütünlük oluşturan ifadeler kodlanmıştır. Ortak bütünlük oluşturulan ifadeler belirlendikten sonra ortak ifadeler taşıyan kodlar alt kategoriler şeklinde belirtilmiştir. Son olarak alt kategoriler anlamlı bir şekilde kategorileştirilmiştir. Kategoriler “*Gastronomik Lakap Hissiyatı*”, “*Lakaplar, Köken ve Amacı*”, “*Gastronomi Mirası*” ve “*Gastronomik Lakapların Aktarımı için Öneriler*” şeklinde ifade edilmiştir. Kategorileştirilen bu ifadeler, tablolar halinde düzenlenmiş ve veriler yorumlanmıştır. Tablo 2, 3, 4 ve 5'te ilgili analizlere yönelik bulgular sunulmaktadır.

Tablo 2; Lakaplar, Kökeni ve Amacı kategorisinden oluşmaktadır. Toplam 49 kodun ortaya çıktığı Tablo 2'nin; % 53'ü gastronomik lakaplar, % 24,4'ü kullanım amacı ve %22,4'ü ise kökeni alt kategorisini oluşturmuştur.

Tablo 2. Lakaplar, Kökeni ve Amacı Kategorisi

	Kullanılan İfadeler	Σ_i	Σ_{49}	%	% (100)
(1) Gastronomik Lakaplar	Hallik	2	26	7,69	53,06
	Keçi	2		7,69	
	Küllü üzüm	2		7,69	
	Tomatos	2		7,69	
	Fıstık	2		7,69	
	Acir	2		7,69	
	Nohud	1		3,84	
	Gerrik incir	1		3,84	
	Pekmez	1		3,84	
	Kırma	1		3,84	
	Kömbeci	1		3,84	
	Fırıncı	1		3,84	
	İç de kalk	1		3,84	
	Balcan	1		3,84	
	Culluk	1		3,84	
	Gongalak	1		3,84	
	Kabak çekirdeği	1		3,84	
	Pirpirim	1		3,84	
	Baklava içi	1		3,84	
	Dıbık üzüm	1		3,84	
(2) Kökeni	Benzetme	5	11	45,4	22,44
	Yoksulluk	4		36,3	
	Çok tüketme	4		36,3	
	İnatçılık	2		18,1	
	Kısa boy	1		9,09	
	Balık etlilik	1		9,09	
	Lezzet	1		9,09	
	Aroma	1		9,09	
	Şirinlik	1		9,09	
	Mayhoş	1		9,09	
	Meslek	1		9,09	
	Yürüyüş şekli	1		9,09	
	Küçük kafa	1		9,09	
	Beyaz ten	1		9,09	
	Marul	1		9,09	
	Yaşanan olay	1		9,09	
	Kırmızı surat	1		9,09	

(3) Kullanım Amacı	Ayırt edicilik	4	12	33,3	24,48
	Samimiyet	2		16,6	
	Şaka	2		16,6	
	Enerji katma	1		8,33	
	Sevgi	1		8,33	
	Kızdırma	1		8,33	
	Alay etme	1		8,33	

Tablo 2’de yer alan gastronomik lakaplar alt kategorisinde hallik, keçi, küllü üzüm, tomatos, fıstık, acir ifadeleri öne çıkmıştır. Katılımcılar Gaziantep’te kullanılan lakapların çoğunluğunun bir şekilde yemek, mutfaktaki yiyecek gibi unsurlarla ilişki olduğunu vurgulamışlardır. Katılımcıların bulgulara yönelik ifadeleri aşağıdaki gibi örneklendirilebilir (K=Katılımcı):

K5: “...Yemeyi, yedirmeyi seven bir memleketten başka bir lakap verilmesi beklenemezdi. Benim balcan (Patlıcan), keçi, çekirdek lakaplı arkadaşlarımda var yiyen yediren memleketten başka lakap çıkmaz...”

K8: “...bizim buralarda lakabı olsun olmasın zaten herkesin mutfakla, yemekle veyahut yedirmekle ilgili bir anısı muhakkak vardır. Örneğin bir Kayserili meclisinde nasıl ki muhabbet çoğu zaman ticarettir paradır, Antep’te de mutfaktır. E bu mutfaktan doğan muhabbetler, hikâyeler bizim adlarımızın önüne geçecek kadar önemli bir yere sahip...”

Kökeni alt kategorisinde benzetme, yoksulluk, çok tüketme, inatçılık ifadeleri öne çıkmıştır. Katılımcıların çoğunluğu lakaplarının ortaya çıkmasının bir hikâyesi olduğunu ve bunun benzetme, yoksulluk veya çok tüketmekle ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcıların bulgulara yönelik ifadeleri aşağıdaki gibi örneklendirilebilir (K=Katılımcı):

K6: “...Bir gün yine inciri fazla kaçırdım olmamışlarımı bile yedim. Eve gidince annem ağzının kenarlarına ne oldu oğlum dedi...”

K3: “Bu lakabı alışım biraz acıklı bir hikâyeye dayanıyor. Çocukken fakir bir ailem vardı. O dönemde köylüler imece usulü davar nöbetine giderlerdi.”

Kullanım amacı alt kategorisi ayırt edicilik, samimiyet, şaka, enerji katma, sevgi, kızdırma ve alay etme ifadelerinden oluşmuştur. Katılımcıların çoğunluğu lakabının ortaya çıktıktan sonra ayırt edici olduğu için kullanıldığını vurgulamışlardır.

K1: “Onlar ortama enerji ve şaka katmak için kullanıyorlar. Benim de lakabımı duyunca enerjimin artışı hakikaten ortamı keyiflendiriyor...”

K2: "...Gadaların başa gele, pekmez mi göynün istedi" diye sarılıp öpünce gören konu komşu da nenemin beni sevişine güldü. Köy ahalisinde de böylelikle adım Pekmez Hüseyin diye kaldı."

K8: "...Biz kızarana hemen şuna bak tometosa dönmüş deriz. Nenelere pırpırım olmuş deriz. Yeni gelin-damatlara baklava içi deriz..."

K9: "Tamamen beni tanıtmak için kullanıyorlar başka bir amaçları yok..."

K11: "Tamamen beni tanımlamak için kullanıyorlar ama çok özgün bir lakabım var. Duyan niye aldığımı öğrenmek istiyor. E ızah edince de haliyle ben bir kötü oluyorum o günlere gidiyorum bir buruluyorum."

Gastronomik Lakap Hissiyatı kategorisinden oluşan Tablo 3; 'Kişisel Lakap Hissiyatı', 'Çevresel Lakap Hissiyatı' ve 'Lakaba İlişkin Duygusal Dönüşüm' olmak üzere 3 alt kategoriye sahiptir. Bu kategoride katılımcıların cevaplarından hareketle 49 kod elde edilmiştir. Gastronomik lakap hissiyatı kategorisinin % 44,8'ini çevresel lakap hissiyatı, % 30,6'sını kişisel lakap hissiyatı ve % 24,4'ünü lakaba ilişkin duygusal dönüşüm alt kategorileri oluşturmaktadır.

Tablo 3. Gastronomik Lakap Hissiyatı Kategorisi

	Kullanılan İfadeler	Σ_i	Σ_{49}	%	% (100)
(1) Kişisel Lakap Hissiyatı	Mutluluk	4	15	26,6	30,6
	Alınma	4		26,6	
	Üzgün	4		26,6	
	Keyif	2		13,3	
	Aidiyet	1		6,66	
(2) Çevresel Lakap Hissiyatı	Sebebini Merak etme	5	22	22,7	44,8
	Kızgınlık	4		18,1	
	Garipsememe	4		18,1	
	Şaşkınlık	4		18,1	
	İyi hissetme	3		13,6	
	Mutluluk	2		9,09	
(3) Lakaba İlişkin Duygusal Dönüşüm	Burukluk	3	12	25	24,4
	Samimiyet	3		25	
	Hoşnutluk	2		16,6	
	Mutluluk	2		16,6	
	Gurur	2		16,6	

Kişisel lakap hissiyatı kategorisinde mutluluk, alınma, üzgün, keyif ve aidiyet kodları ortaya çıkmıştır. Katılımcıların çoğunluğu lakabı ilk ortaya çıktığı dönemde üzüldüklerini ve alındıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların bulgulara yönelik ifadeleri aşağıdaki gibi örneklendirilebilir (K=Katılımcı):

K3: *“Bende buruk bir his bıraktı hep bu lakap...”*

K3: *“Başlarda çok üzülüyordum ama zamanla alıştım. Çünkü Antep’te herkesin bi lakabı vardır ve bir sürü Mamed (Mehmet) var, bu lakap benim ayırt edici özelliğim gibi bir şey oldu...”*

K6: *“...Bende tabi bazen gerrik miyim, olmamış, olgunlaşmamış biri miyim diye alınganlık ederdim. Ham adam mıyım diye düşünürdüm lakabı nasıl aldığımı hatırlamama rağmen. Ama alıştım tabi şimdi bir sıkıntı yok...”*

K11: *“Başta bir buruk hissettim. Önemsenmediğimi düşündüm. İç de kalk deyince niye öyle dediğini de anlamadım oradakiler anladı. Cahil gibi hissettim, orada öyle bir tepki alacağımı ölçemedim”*

Çevresel hissiyat alt kategorisi kızgınlık, garipseleme, şaşkınlık, iyi hissetme, mutluluk ve sebebini merak etme kodlarından oluşmuştur. Katılımcıların çoğunluğu, kendi lakaplarını başka bireylerden duyduklarında, söz konusu lakabın ortaya çıkış nedenini merak ettiklerini ifade etmişlerdir.

K3: *“... Acaba çok mu seviyordu küllü üzümü de bu lakabı aldı yoksa benim gibi yokluktan doğma bir hikâyesi mi var diye merak ederdim...”*

K6: *“Büyük bir merak hissederim. Bana olgunlaşmamış incirden takıldı, onunki hangi meyveden takıldı? Bunu merak ederdim...”*

Lakaba ilişkin duygusal dönüşüm alt kategorisi ise burukluk, samimiyet, hoşnutluk, mutluluk ve gurur kodlarından oluşmuştur. Katılımcıların çoğunluğu lakapları ilk ortaya çıktığı dönemde üzülseler de sonradan lakaplarından hoşnut olduklarını ve gurur duyduklarını belirtmişlerdir.

K2: *“...Nenemin elleriyle yaptığı pekmezle çağırıldığım için de hayatım boyunca gurur duydum, mutlu oldum.”*

K4: *“Bence kızarım burada da mı bu isimle çağırıyorunuz derim. Her ne kadar benimsemiş olsam da kötü bir anıyla başladı çünkü. Fakirliğimi ve eksikliğimi yüzüme vuran bir olaydı...”*

K10: *“Köylülerime ve köylü gençlere örnek oldum ve bu lakapla anılmaktan gurur duydum.”*

Tablo 4, Mutfak kültürüyle ilişkisi ve kimliği (%40) ile mutfak mirası (%40) alt kategorilerinden oluşmuştur. Bu iki alt kategoride toplam 50 kod

yer almaktadır. Katılımcıların çoğunluğu Gaziantep'te verilen lakapların mutfak kültürüyle ilişkili olduğunu vurgulamışlardır.

Tablo 4. Gastronomi Mirası Kategorisi

	Kullanılan İfadeler	Σ_i	Σ_{50}	%	% (100)
(1) Mutfak Kültürüyle İlişkisi ve Kimliği	Anteplilerin mutfakta kullanması	7	30	23,3	60
	Mutfak kültürü temsiliyet	7		23,3	
	Yöresel bir ürün	6		20	
	Lezzetli bir yemek aracı	5		16,6	
	Kültürel kimlik	5		16,6	
(2) Mutfak Mirası	Mutfak kültürünü yansıtırma	7	20	35	40
	Toplumsal hafıza	7		35	
	Mutfak mirası	6		30	

Mutfak kültürüyle ilişkisi ve kimliği kategorisinde Anteplilerin mutfakta kullanması, mutfak kültürünü temsiliyet, yöresel bir ürün, lezzetli bir yemek aracı ve kültürel kimlik ifadelerinden oluşmuştur. Katılımcıların çoğunluğu lakaplarının mutfakta kullanılması ve mutfak kültürünü temsil etmesiyle ilişkili olduğunu belirtmişlerdir.

K6: “İncir Gaziantep mutfağında önde gelen meyvelerdendir. Şehrin bazı bölgelerinin geçim kaynağıdır. İncir Gaziantep mutfağında çok önemli bir yere sahip olduğu gibi ticari konumu da çok yüksektir...”

K7: “...O zamanlar çok bir ilişkisi olduğunu düşünmüyordum ama günümüzde yemek kültürünün gelişmiş olduğunu düşününce ilgisi olabilir...”

K7: “Bence gastronomik kimliğini tam da bu gibi özelliklerinden alıyor Gaziantep. Gastronomik kimlik sadece insanların yedikleri içtikleri veya ürettikleri yiyecek içeceklerle sınırlı değildir. Halk bunu günlük hayatına ne kadar almış o da önemli...”

K9: “...mutfağın olmazsa olmazlarından. Akşam yemeklerinde çayla yenir içine evde ne kaldıysa katık edersin falan. O yüzden bizim kültürün içindedir...”

K11: “Kısacası her mutfakta, her misafire sunulan, Gaziantep’in kültürel içeceklerinden bir tanesidir. Benim lakabım da bu kültürü olduğunca net yansıtmaktadır. Bir de şu var her yörede kişinin bir özelliği bir lakapla tanımlanabilir ama Antep’te genellikle yemekle özdeşleşir. Mesela İstanbul’da Mehmet adlı birine kıvrırcık saçından dolayı kıvrırcık Mehmet diye lakap takarlar ama Antep’te Marul

Mehmet derler neden? Çünkü Antepli yemeyi sever. Hemen aklına mutfaktan bir şey gelir, onunla lakap takıverir. Kız çok güzelse fıstık gibi derler mesela.”

Mutfak mirası alt kategorisi; mutfak kültürünü yansıtmaya, toplumsal hafıza, mutfak kültürü ifadelerinden oluşmuştur. Katılımcılar lakapların mutfak kültürünü yansıttığı ve toplumsal hafızaya katkıda bulunduğunu ifade etmişlerdir.

K1: “...Kültürel kimlik de bir bakıma budur bence. Gastronomik lakabımla bu kültür beni, ben onlara anlatmasam da tanıyabilir. Mutfağımızın çeşitliliğiyle dönüştüğüm hali, yine bir mutfak unsuruyla (hallik) temsil ettiğimi anlayabilir. Bu da toplumsal hafızaya katkıdır...”

K10: “Bu da mutfak mirasını yansıtan bir unsurdur. Çarşı ekmeği misafire verilen kıymetin göstergesidir. Kalvaltıya gelen misafire küncülüğü yaptırılır. Antep mutfağının bize bıraktığı önemli bir mirastır, bir misafirperverliktir...”

K8: “Benim lakabımdan gördüğümüz işte geçmişten bugüne gelen bir yemek yapma ve yeme aşkı, yoklukla harmanlanan bir mutfak hikâyesi... Alın size mutfak mirasının ta kendisi...”

Çalışmada gastronomik lakapların aktarımı için öneriler kategorisi son kategoridir. Bu kategoride 11 ifade yer almaktadır. Katılımcılar lakapların hikâyeler, maniler, türkülerle aktarılması, sosyal medyada görünür kılma, lakapları ve hikâyelerini kayıt altına alma gibi önerilerde bulunmuştur. Bununla birlikte katılımcılardan bazıları lakap vermenin kişiyi kötü etkilediğini belirtip aktarılmaması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Tablo 5. Gastronomik Lakapların Aktarımı için Öneriler Kategorisi

	Kullanılan İfadeler	Σ_i	Σ_{11}	%	% (100)
Lakapların Gelecek Nesillere Aktarımı için Öneriler	Genç kuşaklara hikâyelerle anlatılmalı	2	11	18,1	100
	Gençlere aktarılmamalı	2		18,1	
	Gastrofestlerde gastronomik lakaplı kişilere konuşma fırsatı verilmeli	1		9,09	
	Lakabı olan kişilerin hikâyelerinin kayıt altına alınması	1		9,09	
	Sosyal medyada görünür kılınması	1		9,09	
	Lakapların kültürel yönünün aktarılması	1		9,09	
	Belediye'nin kültürel çalışmalar yapması	1		9,09	
	Maniler, türküler vs. aktarma	1		9,09	
	Gençlerin mutfak deneyimine teşviki	1		9,09	

K2: “...Bir gencin lakaba sıcak bakması için bizim gibilerin eski kültürü onlara anlatması ve bu hikâyeleri gençlere öğretmesi gerek. Lakap takmanın sadece alay amaçlı değil sevgi amaçlı da takılabileceğini, bizim özümüzden, mutfağımızdan çıkan ürünleri sevgiyle taşıdığımızın aktarılması gerek...”

K5: “Lakap genç kuşaklara aktarılmasın çünkü üzücü bir durum, ben başlarda çok üzüldüm. Gençler lakap takmadan isimleri ile hitap etsinler.”

6.Sonuç

Bir destinasyonun gastronomisi, o destinasyona katkılar sağlayabilecek bir araç olarak değerlendirilebilmesi açısından önemli bir potansiyeldir. Bir cazibe unsuru olarak da öne çıkarılabilecek gastronomi, turizm pazarlamasında önemli bir yer teşkil etmektedir. Birçok destinasyon, şehrin turizm gelirlerinde artış sağlamak için, oluşumunda herhangi bir kaynak gerektirmeyen gastronomiyi etkin bir şekilde kullanmayı amaç edinmişlerdir (Taşkın ve Doğdubay, 2023: 279). Söz konusu etkin kullanımın yöreye özgü yemekler, üretim ve pişirme teknikleri, yemek sunumu, yemek için kullanılan araç-gereçler, mutfak kültürünün gerektirdiği ihtiyaçları karşılayan mekânlar, işletmeler (Şahin vd., 2018; Taşkın ve Doğdubay, 2023) gibi somut göstergelerin yanı sıra toplumsal hafızada yer edinerek nesilden nesile süregelen maniler, lakaplar gibi kültürel aktarım unsurları ile de gerçekleştirileceği ifade edilebilir.

Gaziantep, mutfak kültürü bakımından Türkiye’yi temsil yeteneğine sahip ender kentlerden biridir. Gaziantep mutfak kültürünün diğer mutfaklar karşısındaki en büyük üstünlüğü, coğrafi konumundan ve zengin tarihinden kaynaklanmaktadır. Gaziantep mutfağı, yüzyıllar boyu topraklarında hüküm süren medeniyetlerin izlerini günümüze taşıyan yemeklerinin çeşitliliği ile özgün bir yapıdadır (Şahin vd., 2018: 58). Gaziantep, zengin mutfak kültürünün halk diline yansması bakımından gastronomik lakapların belirgin şekilde gözlendiği kadim bir kenttir. Kentin lakap takmadaki yaratıcılığı, tarihsel süreç içerisinde ortak bir terminoloji ile nesilden nesile aktarılan kültürel birikim neticesinde meydana gelmiştir. Kültürün en önemli göstergelerinden olan lakapların gastronomik boyutta fazlaca şekillenmesi ise kente özgüdür.

Gastronomik lakapların kültürel mirasla ilişkisinin incelenmesi ve kültürün geleceğe aktarımındaki rolünün irdelenmesinin amaçlandığı bu çalışmada öncelikle kelime bulutu analizi yapılmış, akabinde saha araştırması yapılarak araştırma derinleştirilmiş ve elde edilen verilerle desteklenmiştir. Kelime bulutu analizi neticesinde elde edilen lakaplar incelendiğinde Gaziantep’lilerin en çok: “kelle”, “bahdeniz” ve “çökelek” gibi lakapları önceledikleri tespit edilmiştir. Bu sonucun ilgi çekici yanı ise Gaziantep’lilerin et ve et ürünlerini (kelle), tarımsal ürünleri (bahdeniz) ve süt ve süt ürünlerini (çökelek) bütüncül

şekilde hayatın olağan akışına entegre ettikleridir. Bu sonucun da kentin gastronomik zenginliğini bir kez daha gözler önüne serdiği ifade edilebilir. Bunun yanı sıra en çok kullanılan lakaplar arasında “bıçakçı”, “ekmekçi” “kasap” lakaplarına yer verildiği görülmektedir. Burada dikkate değer nokta, Gaziantep’lilerin fırın ve kasap kültürünü hâlâ yaşattığı ve kişileri meslekleri ile özdeşleştirdiği yönündedir. Ayrıca “horoz/horuz” (%30,7), “ördek”, “inek” ve “tavuk (tavuk)” lakaplarına rastlanılmasında, kent halkının hayvancılıkla iç içe geçmiş yaşam tarzından ve mizahi anlatımla sosyal bir kimlik oluşturma hareketinden meydana gelmiş olabileceği ile ilişkilendirilebilir. Son olarak “çatal” lakabının Gaziantep’lilerin mutfakla olan yakın ilişkisinden ve yemek yeme alışkanlıklarından meydana gelmiş olabileceği; “şişko” lakabının ise, kent halkının beslenme alışkanlıklarıyla bağlantılı olarak veya yemek kültürünün zenginliği neticesinde ortaya çıkmış olabileceği düşünülmektedir.

Kelime bulutu analizi kapsamında öne çıkan lakaplar sosyoloji, halk bilimi ve gastronomi ekseninde ele alındığında, Gaziantep’lilerin birbirleri ile samimi bir üslupla etkileşime geçtiği, sosyal yaşantıları içerisinde yerel kültüre dair öğeleri yoğun kullandıkları ve gastronomiyi sadece mutfak özelinde değil, halk dili ile de yaşatabildikleri ifade edilebilir.

Yapılan içerik analizi, ilgi çekici sonuçlara kapı aralamıştır. Öncelikle demografik özelliklerin tespit edildiği araştırma bulgularında, akademisyenden çiftçiye, öğrenciden 61 yaş ve üstüne kadar çeşitli katılımcıların çalışmaya katkı sunduğu görülmektedir. Bu durumun da Gaziantep’te gastronomik lakapların her yaştan her meslekten çeşit çeşit bireye yakıştırıldığının göstergesidir. Dolayısıyla kentte gastronomik lakap takmanın, Gaziantep mutfak kültürü temsil yetisinin önemli bir göstergesi olduğu ifade edilebilir.

Katılımcıların, soru formundan hareketle yanıtladıkları cevaplar; gerek lakapları alışı amaçları gerek onlarda oluşturduğu hisler gerekse gastronomi mirası ve gelecek kuşaklara aktarım gibi farklı konu başlıklarını içermektedir. Söz konusu konu başlıkları içerik analizinin doğasına uygun olarak kategoriler, alt kategoriler ve kodlar olarak tablolştırılmıştır.

Lakapların kökeni ve amacı kategorisinde 49 kod ortaya çıkmıştır. Bu kodlardan % 53’ü gastronomik lakaplar, % 24,4’ü kullanım amacı ve %22,4’ü ise kökeni alt kategorisini oluşturmuştur. Gastronomik lakaplar kategorisinde her biri birbirinden farklı hikâyelere sahip olan birbirinden kıymetli lakaplara rastlanılmıştır. Kıymetlidir, çünkü Gaziantep mutfağının özünden gelen ve neredeyse her biri bir hikâyeye sahip olan gastronomik unsurlar yer almaktadır. Örneğin yüksek frekansa sahip lakaplardan olan “Hallik (7,69)” Gaziantep’te yağlı, kuyruklu ve kokusuz etiyle bilinen yerel bir koyun ırkıdır. Hallik lakabının kişiye neden verildiğini de ancak bir Gaziantep’linin anlayabileceği ve dolayısıyla

bu lakabın kent kültürüne özgü bir gastronomik unsur olduğu ifade edilebilir. Yine “Küllü Üzümlü (7,69)”, “Tomatos (7,69)”, “Fıstık (7,69)” ve “Acir (7,69)” Gaziantep mutfağında öne çıkan ve Gaziantep’lilerin sıklıkla kullandıkları gastronomik unsurlar olup, lakap kültürüne yansımıştır. Gaziantep’te mutfağa ilişkin öğelerin bir hikâyesi olduğu gibi, hikâyelerin de mutfakla ilişkilendirildiği çalışma bulgularına yansımıştır. Nitekim Lakapların kökeni kategorisine bakıldığında, bir yoksulluk ya da bir inat hikâyesinden bile mutfağa ilişkin bir çağrışım geliştirilerek adeta günlük hayat, mutfakla entegre bir yapıya bürünmüştür. Kullanım amacı kategorisinde de benzer şekilde, Gaziantep’liler gerek bir samimiyet göstergesi olarak gerekse şaka, enerji, sevgi, kızdırma gibi günlük eylemlerde mutfak unsurlarından yararlanarak lakaplar takmış ve kullanmışlardır.

Gastronomik lakap hissiyatı kategorisi, katılımcıların gastronomik lakaplarının onlarda uyandırdığı hisler, lakapları ile anılmanın onlarda bıraktığı hisler ve başkalarında kendi lakaplarını duyunca yaşadıkları hislerden hareketle oluşturulmuştur. 49 koddan oluşan 3 alt kategoride katılımcıların genelinin lakaplarından mutlu oldukları (%26,6), zaman zaman alınganlık ve üzüntü duydukları (%26,6) araştırma bulgularına yansımıştır. Öte yandan kendi lakaplarını başka bireylerden duyduklarında, söz konusu lakabın ortaya çıkış nedenini merak ettikleri (%22,7) öne çıkarken; ilgili lakabı aldıkları ilk zamanlarda katılımcıların burukluk (%25) hissettiği ancak zamanla lakaplarını benimseyerek hoşnutsuzluk (%16,6) duydukları sonucuna ulaşılmıştır.

Gastronomi mirası kategorisinde katılımcıların lakaplarının mutfak kültürüyle ilişkisi ve mutfak mirası olarak değerlendirilme durumu tespit edilmeye çalışılmıştır. Toplam 50 kod elde edilen kategoride katılımcılar, lakaplarının Antepli olarak mutfaklarına özgü unsurları içerdiğini ve gündelik hayatta kullanılan bu ürünlerin mutfak kültürünün birer simgesi olduğunu (%23,3) ifade etmişlerdir. Lakaplarının Antep mutfak kültürünün bir temsiliyeti olduğunu ifade eden katılımcılar (%23,3), ürün yöreselliğine vurgu yaparak (%20), ilgili lakabın mutfak kültürünü yansıttığını (%35) belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra, katılımcıların gastronomik lakaplarını mutfak mirası olarak görmesi de (%30) öne çıkan diğer sonuçlardır. Bu sonuçların, Gaziantep’te gastronomik lakaplara büyük ölçüde önem verildiğinin ve mutfak kültürünün bir getirisi olarak “gastronomik lakap” kavramının kentte önemli bir yere sahip olduğunun bir göstergesi olduğu ifade edilebilir.

Gastronomik lakapların aktarımı için öneriler kategorisi, katılımcıların gastronomik lakaplarının yaşatılması için ortaya attıkları fikirlerden derlenerek hazırlanmıştır. 11 ifadeden oluşan kategoride katılımcılar kendi lakaplarının bir hikâyeye sahip olduğunu ve dolayısıyla hikâyelerin yaşatılarak genç nesillere

aktarılması gerektiğini vurgulamışlardır. Bu noktada, literatürde sıklıkla ifade edilen, Maurice Halbwachs'ın kolektif bellek teorisinin araştırma bulgularıyla örtüştüğü ifade edilebilir. Bireysel hafızanın sosyal bağlamlarla şekillendiğini ve bireylerin anılarını toplumsal aidiyetleriyle bütünleştirdiğini ifade eden teoride (Avşar, 2025: 435) sosyal çerçevenin getirdiği toplumsal hafıza ile toplumsal bir bellek yaratıldığı vurgulanır (Üçer, 2024: 277). Bu çalışmada da katılımcıların ifadeleri doğrultusunda kuşaklar arası bellek paylaşımının önemi ortaya çıkmış; başka bir ifade ile literatür, gastronomik lakaplar ekseninde desteklenmiştir.

Kültürel değerlerin özünü koruyabilmek, küresel dünyadaki farklı yaşantıların sürdürülebilmesi ve turistik çekiciliği artırmak açısından oldukça önemlidir (Pelit ve Türkoğlu, 2019: 113). Bu açıdan değerlendirildiğinde yerel yöneticilerin kültürel değerleri öncellemeleri, kentlerin kendi kültürel belleğini yaşatmasının sağlanması ve kentin çocuklarının, gençlerinin bu bellekle ve kent imgeleriyle tanıştırılması çerçevesinde dikkate alınması gereken bir unsurdur. Söz konusu yaşamın gerçekleşebilmesi için de belediyelerin, millî kültürel değerlerin yaşatılması için gerekli çalışmaları yapması ve somutlaştırılarak sürekliliğinin tesis edilmesi gerekmektedir (Çelepi, 2016: 33). Buradan hareketle gastronomi alanında dünyaca ünlü bir kent olan UNESCO Yaratıcı Gastronomi Şehri Gaziantep'e özgü gastronomik lakapların, Gaziantep Uluslararası Gastronomi Festivali'nde çeşitli tanıtım afişleri ile tanıtılması, gastronomik lakap hikâyelerinin festival katılımcılarına anlatılarak kültürel etkileşimin artırılması gerektiği ifade edilebilir.

Kaynakça

- Aksu, A. (2001). Asr-ı Saadet ve Emeviler Döneminde Lakap Takma ve Halifelerin Lakapları. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 5(2), 229-248.
- Altıntaş, R. (2022). Çankırı ve Çevresi Aile ve Kişi Lakapları Üzerine Bir İnceleme, Yüksek Lisans Tezi. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
- Atlı, S. (2017). Manisa'nın Demirci İlçesindeki Lakaplar Üzerine Bir İnceleme. *Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 41(1), 101-137.
- Avşar, G. (2025). Kuşaklararası Belleğin Anlatıya Yansıması: Annie Ernaux'un Bir Kadın Romanında Bellek ve Kimlik. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(32), 434-452.
- Bakıroğlu, C. T. (2013). Sosyalleşme ve kimlik inşası ekseninde sosyal paylaşım ağları. *Akademik Bilişim - - XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 13, 2014.
- Baş, H. ve Güllüdağ, N. (2019). 1452 Numaralı İzmit Şer'ine Sicilinde Yer Alan Unvan ve Lakaplar Üzerine Bir İnceleme. *Anasay*, (7), 73-104.
- Boyraz, H. D., & Sandıkçı, 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.
- Bulukgiray, İ. (2021). Bingöl Zaza Köylerinden Emtağ'da Kullanılan Lakaplar Üzerine Bir İnceleme. *Bingöl Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 61-95. <https://doi.org/10.53440/bad.905359>
- Can, İ. İ., & Ağcakaya, H. (2019). Somut olmayan kültürel miras kapsamında mutfak kültürünün sürdürülebilirliği: Türkiye'deki gastronomi müzeleri örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 788-804.
- Cebeci, K. (2022). Kastamonu Yöresinde Lâkap Verme Geleneği Üzerine Bir İnceleme. *Çeşm-i Cihan: Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi E-Dergisi*, 9(1), 120-130.
- Coşar, A. M. (1999). Trabzon'da kullanılan lakaplar üzerine bir derleme/değerlendirme. *Türk Dili Araştırmaları Yıllığı-Belleten*, 47(1999), 26-40.
- Çalışkan, S. (2025). Somut Olmayan Kültürel Miras Listesinde Yer Alan Gastronomik Unsurların Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Açısından Değerlendirilmesi (Gastronomic Elements on the Intangible Cultural Heritage List in Terms of Sustainable Development Goals). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 13(1), 935-956.
- Çalışkan, Ş. S. E. (2016). Türk folklorunda lâkap verme geleneği: Bartın örneği. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(03), 103-126.

- Çalışkan, Ş. S. E. (2022). Zonguldak Ereğli bölgesinde lakap verme geleneği, Палимпсест, Меѓународно списание за лингвистички, книжевни и културолошки истражувања, 7(14), 111-123.
- Çelepi, M. S. (2016). Somut olmayan kültürel miras ve üniversite gençliği, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3(3), 15-35.
- Demirel, G., & Karanfiloğlu, M. (2020). Sosyal medyada yemek fotoğraflarının kimlik inşası bağlamında tüketimi: Instagram örneği. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (34), 236-259.
- Emet, E. (2020). Uygur Türklerinde Lakap Verme Geleneği. Journal of Modern Turkish Studies, 17(3), 427.
- Eren, F. Y. (2023). Gastronomi, kültürel miras ve turizm entegrasyonu: Kapadokya Bölgesi üzerine bir inceleme. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, 13(İhtisaslaşma), 151-166.
- Fidan, S. (2018). Kına Geleneği Bağlamında Oluşan Sözlü Şiir Ürünlerinin İşlevleri: Gaziantep Örneği. Asia Minor Studies, (SPECIAL), 275-293.
- Gaziantep Ekspres <https://www.gazeteekspres.com/gaziantep-lakabi-nedir> Erişim Tarihi [02.05.2025]
- Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğü, (2025). Kültür / Gastronomi. Erişim Adresi: <https://gaziantep.ktb.gov.tr/TR-149194/gastronomi.html> Erişim Tarihi: 01.06.2025.
- GRT TV (2025) Gaziantep Radyo Televizyon. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/@GRTTVGAZ%C4%B0ANTEPRADYOTELEV%C4%B0Z-YON> Erişim Tarihi: 01.06.2025.
- Hasbay, S. (2019) Kars'ta Kullanılan Lakaplar Üzerine Bir İnceleme, Yüksek Lisans Tezi. Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars.
- Işıkhan, T. (2008) Gaziantep Yer Adlarının Halkbilimi Bakımından Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kabak, T. (2014). Lakaplar ve Uzuncaburç kasabasında lakap verme geleneği. Çevrimiçi Tematik Türkoloji Dergisi. Kültürümüzde İsim Özel Sayısı, 6, 1-1.
- Kalkan, G. P. (2020). Dil bilimsel açıdan lakaplar: Kilis yöresi örneği. *Rumelide Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (Ö8), 199-223. <https://doi.org/10.29000/rumelide.824546>
- Karataş, M., Aksu, F. B., & Deniz, G. (2023). Unesco yaratıcı şehri Gaziantep'in gastronomi turizmi cazibe unsurları. Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi, 3(1), 105-125.
- Kaya, S. (2021). Sosyal Medya Kullanıcılarının Dijital Kimlik İnşası Sürecinde Kültürel Faaliyet Ve Sanat İle İlgili Paylaşımlarının Rolü. Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 11(4), 1403-1419.

- Korkulutaş, R. (2019). Ustalarının ismini markalarında yaşıyorlar, Erişim Adresi: <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/ustalarinin-ismini-markalarinda-yasiyorlar/1545770> Erişim Tarihi: 01.06.2025.
- Kültür Portalı, (2020) Gaziantep Lakap Takma Geleneği – Gaziantep. Erişim Adresi: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/gaziantep/kulturatlası/gaziantep-lakapcilik-geleneg> Erişim Tarihi: 27.04.2025.
- Lezzet Safari (2021). ÜÇ NESİLDİR BIÇAK YAPIYOR (Bıçakçı Kasım). Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=fj4w8a-hepc> Erişim Tarihi: 01.06.2025.
- Menekşe, M. (2019). Türk Kültüründe Kişi Adları ve Lakaplar: XIX. Yüzyıl Ortalarında Seyitgazi Kasabasında Kullanılan Kişi Adları ve Lakaplar Üzerine Bir İnceleme. Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi, (65), 303-331.
- Musluk, B. D. (2024). Gönül Dağı Dizisinde Halk Kültürü Unsurları. Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi, 7(2), 230-249.
- Özdal, A. (2018). Günümüz Gaziantep esnafının meslek folkloru, Doktora Tezi. Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adıyaman.
- Özdal, A. (2023). Gaziantep Esnaf Kültüründe Atasözleri. RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, (37), 274-284. DOI: 10.29000/rumeli-de.1405718. <https://doi.org/10.37908/mkutbd.1507134>
- Özdemir, S. ve Erdem, R. (2016). Akademik örgütlerde idarî personel arasında kullanılan lakaplar üzerine bir çalışma. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (25), 247-261.
- Özmen, Ş. Y., Birsen, H., & Birsen, Ö. (2017). Sakin şehirlerde toplumsal katılım: somut olmayan kültürel mirasın korunmasında kadınların rolü. Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 7(2), 59-71.
- Pelit, E., & Türkoğlu, T. (2019). Somut olmayan kültürel miras değerlerinin turizme yansımaları ebru sanatı üzerine bir inceleme. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(1), 101-118.
- Sarıbek, M. Z. (2017). Sosyal Medyada Kimlik İnşası Bağlamında Düşman İmgesi. II. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi Bildiriler Kitabı.
- Sormaz, Ü., Yılmaz, M., & Akdağ, G. (2018). Konya'yı ziyaret eden yabancı turistlerin perspektifinden gastronomi ve gastronomi turizmi. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 8(1), 40-45.
- Sütlüoğlu, T. (2015). Sosyal paylaşım ağlarında gençlerin sosyalleşme ve kimlik inşası süreçleri: Facebook örneği. Folklor/Edebiyat, 21(83), 125-147.
- Şahin, S. K. ve Baysal, K. (2022). Gastronomi Şehri Gaziantep'in Sokak Lezzetlerinden Örnekler. Premium e-Journal of Social Sciences (PEJOSS), 6(24), 422-431.

- Şahin, S. K., İşlek, E., & Bingöl, Z. (2018). Gaziantep mutfak kültüründe yer alan klasik lezzetlerden örnekler. *Türkbilim*, 8, 53-59.
- Taşkın, E. ve Doğdubay, M. (2023). Yöresel Gıda Satan İşletmelerin Destinasyonun Yemek Kimliğine Etkisi: Gaziantep'te Bir İnceleme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2): 278-288.
- Tekeli, M., Yıldırım, İ., & Çatak, B. (2024). Kültürel miras unsuru olarak ulusal mutfakların sürdürülebilirliği: Gastronomiklik çerçevesinde nitel bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 45-65.
- Türkiye Kültür Portalı (2025). Geleneksel Mutfak / Antep Tırnaklı Pidesi – Gaziantep. Erişim Adresi: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/gaziantep/neyenir/antep-tirnakli-pidesi-> Erişim Tarihi: 01.06.2025.
- Üçer, A. (2024). Maurice Halbwachs'a Göre Kolektif Hafıza. 4. Boyut Journal of Media and Cultural Studies - 4. Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi, Issue/Sayı 25, DOI: 10.26650/4boyut.2024.1541723
- Yalınız, F. A. (2019). Gaziantep Mutfaklarında Antep Peynirinin Kullanım Alanları, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)* 6(6), 655-666.
- Yılmaz Tilki, H., & Keskin, M. (2024). Gaziantep ili ölçeğinde kırmızı et tüketim tercihinin belirlenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 29 (3), 873-884.
- Yiğit, H. ve Dinç, H. (2023). Adbilim Açısından Osmaniye Hasanbeyli İlçesinde Kullanılan Lakaplar. *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 10, 835-854.

Kerevizin Fitokimyasal Bileşimi ve Gıda Bilimi ile Gastronomi Alanındaki Yansımaları

İbrahim Canbey¹

Özet

Apium graveolens L. (kereviz), Apiaceae familyasına ait, karakteristik aromatik özelliklere sahip önemli bir bitki türüdür. *A. graveolens* L. türünün yaygın olarak bilinen üç temel varyetesi bulunmakta olup bunlar; *A. graveolens* var. *rapaceum* (kök kereviz), *A. graveolens* var. *dulce* (sap kerevizi) ve *A. graveolens* var. *secalinum* (yaprak kerevizi) olarak sınıflandırılmaktadır. Kereviz başlıca; fenolik bileşikler, flavonoidler, terpenoidler, uçucu yağlar, vitaminler, yağ asitleri, mineraller ve diğer bileşikler ile besin unsurlarını içermektedir. Zengin fitokimyasal bileşimi ve aromatik özellikleri, kerevizin gıda olarak çeşitli şekillerde (sebze olarak, baharat şeklinde vb.) tüketilmesini sağlamakta ve gastronomik açıdan bitkiyi değerli hale dönüştürmektedir. Sonuç olarak kereviz, karakteristik aromatik özellikleri ve zengin kimyasal bileşimi sayesinde başta gıda bilimi ve gastronomi alanları olmak üzere gelecekteki multidisipliner bilimsel çalışmalar için çok önemli bir biyokaynak konumundadır.

Bu bölümde; bilimsel çalışmalar ışığında, kerevizin kimyasal bileşimi ve gıda ile gastronomi açısından değeri, detaylı bir şekilde incelenmiş ve bu çalışmanın, gelecekte yapılması planlanan bilimsel çalışmalar için kapsamlı bir bilimsel kaynak olması amaçlanmıştır.

1. Giriş

Birçok aromatik bitki hem sebze hem de lezzet verici bileşen (flavoring ingredients) olarak mutfakta ve geleneksel tıpta yaygın biçimde kullanılmaktadır. *Apium graveolens* L. (kereviz, İngilizce'deki ismiyle “celery”), Apiaceae (Umbelliferae) familyasına ait aromatik bir bitkidir (Đurović vd., 2023). Kereviz, dünya genelinde yetiştirilen ve tüketilen tek veya iki yıllık otsu bir bitki türüdür (Liu vd., 2020). Kökeni, Akdeniz ve Orta Doğu'ya dayanan ve yaygın

1 Araştırmacı (Doktora Öğrencisi), Bursa Uludağ Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Gıda Mühendisliği A.D., ibrahim.canbey.gmu@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-2568-0885.

olarak yetiştirilen önemli bir sebze türü olan kereviz; Avrupa, Doğu Asya, Güneydoğu Okyanusya ve Güney Afrika'da geniş ölçekte kültüre alınmaktadır (Li vd., 2020). Kereviz, ılıman iklim koşullarında popüler bir bahçe bitkisi ve sebze olarak yaygın biçimde yetiştirilmektedir (Septiana vd., 2023). Bitki, yüksek verimi ve hastalıklara karşı güçlü direnci ile karakterize edilir (Alobaidi ve Saleh, 2024). Kerevizin gövde, yaprak ve çiçeklerinin morfolojik özellikleri ile kimyasal bileşiminde belirgin bir değişkenlik bulunmaktadır (Khalil vd., 2015). Ayrıca yaprak sapları; beyaz, sarı, yeşil veya mor gibi farklı renk varyasyonları gösterebilmektedir (Sun vd., 2023).

Gıda bileşeni olarak tüketilmeden önce 200 yılı aşkın bir süre boyunca tıbbi amaçlarla yetiştirilmiştir (Alobaidi ve Saleh, 2024). Kerevizin tohumları, yaprakları ve gövdeleri, çeşitli rahatsızlıkların tedavisinde kullanılabilmektedir (Khairullah vd., 2021). Kereviz; taze bitki, sap, tohum, yağ ve oleoresin gibi çeşitli formlarda, gıdalara aroma vermek için ve tıbbi amaçlarla kullanılmaktadır. Bununla birlikte bitkinin tohumları, gıdaların aromalandırılmasında ve parfümeri endüstrisinde kullanılan %2 uçucu yağ içermektedir (Sowbhagya, 2014). Uçucu yağla ilaveten kereviz; vitaminler, karoten, protein, selüloz ve diğer besin öğeleri bakımından zengindir (Naghneh vd., 2023). Bununla birlikte kereviz; yağ asitleri, seskiterpen alkoller ve diğer biyoaktif bileşikleri içermektedir (Khairullah vd., 2021). Flavonoidler, fenolik asitler, furokumarinler, terpenoidler ve ftalitler (phthalides) başta olmak üzere çok sayıda biyoaktif bileşik bakımından zengin bir bitkidir (Sun vd., 2023).

Kereviz, içermiş olduğu biyolojik olarak aktif bileşikler sayesinde önemli biyolojik özellikler sergiler (Szarek vd., 2024). Bu özellikler, kerevizi dünya genelinde en önemli aromatik bitkilerden biri olarak öne çıkarmıştır (Naghneh vd., 2023). Bununla birlikte, kerevizin ticari değeri, hammaddenin dondurma veya kurutma yöntemleriyle muhafaza edilebilme olanağı sayesinde artmaktadır (Rožek vd., 2016).

Bu bölümde; bilimsel çalışmalar ışığında, kerevizin fitokimyasal profili, gıda endüstrisindeki çeşitli kullanımları ve gastronomik yönden önemi detaylı şekilde araştırılmış ve bu çalışmanın, gelecekteki araştırmalar için bilimsel bir kaynak niteliği taşıması hedeflenmiştir.

2. Kerevizin Yaygın Olarak Bilinen Gastronomik Açıdan Önemli Türleri

A. graveolens L. türünün literatürde en yaygın olarak tanımlanan üç önemli varyetesi; *A. graveolens* var. *rapaceum*, *A. graveolens* var. *dulce* ve *A. graveolens* var. *secalinum*'dur (Kılıç Büyükkurt, 2025). *A. graveolens* var. *rapaceum*, kök kerevizdir ve İngilizce'de "celeriac" olarak tanımlanmaktadır (Godlewska vd.,

2020). Bitki, İngilizce’de “celery root” veya “turnip rooted celery” olarak da bilinmektedir (Selvakumar ve Varotariya, 2023). Kök kereviz, görünüm itibarıyla şalgama benzemekle birlikte, gerçekte anatomik olarak kök olmayan; çapı 15 cm’ye kadar ulaşabilen, kümelenmiş ve belirgin biçimde kalınlaşmış gövde dokularının geliştirilmesi amacıyla ıslah edilmiştir (Kwak vd., 2025a). Şekil 1’de gösterildiği üzere kök kereviz, kısa gövdeli (short stem) bir morfoloji sergilemekte ve hipokotil benzeri şişkin bir yumru (bulging hypocotyl-like knob) oluşturmaktadır. Bu yapı, şişkin hipokotil veya yumru kök benzeri yapı/ yumru formunda depo organı (swollen hypocotyl or knob root) olarak bilinir (Selvakumar ve Varotariya, 2023). Krem-kahverengi renkte olup iç dokusu krem-beyazdır. Genellikle 10 cm ila 12 cm çapında olup yüzeyi, pürüzlü ve oluklu (kabartılı) bir tekstüre sahiptir (Selvakumar ve Varotariya, 2023).



Şekil 1. Kök kereviz örneği

Geleneksel olarak bitkinin yalnızca yumru yapılı kısmı tüketilmektedir (Kwak vd., 2025a). Genellikle pişirilerek tüketilmekte veya çiğ olarak salatalara ilave edilerek beslenmede değerlendirilmektedir (Kılıç Büyükkurt, 2025). Ancak, son yıllarda gıda atıklarının azaltılması ve sürdürülebilirliğin artırılması amacıyla gıda ileri dönüşüm (food upcycling) yaklaşımları kapsamında sap ve yaprak kısımlarının da değerlendirilmesine yönelik artan bir ilgi söz konusudur. Bu bağlamda, *A. graveolens* var. *rapaceum*’un sap ve yaprak kısımlarının da gıda uygulamalarında aromatik bitki (herb) olarak değerlendirilmesi mümkün görünmektedir (Kwak vd., 2025a).

Bundan başka bir diğer önemli varyete, sap kerevizidir (*A. graveolens* var. *dulce*) (Eşiyok vd., 2003). *A. graveolens* var. *dulce*; salatalarda yaygın

olarak kullanılır, etli yapıdadır ve dolgun (içi dolu) bir yaprak sapına sahiptir (Selvakumar ve Varotariya, 2023). İngilizce’de “ribbed celery” olarak bilinir (Najda vd., 2015). Bununla birlikte, “stalk celery” veya “pascal celery” olarak da isimlendirilmektedir (Khalil vd., 2015). *A. graveolens* var. *dulce*, karakteristik kokusu sayesinde aroma verici olarak kullanılır ve sıklıkla baharat şeklinde değerlendirilen tohumları ve uçucu yağı için kültüre alınmaktadır (Mencherini vd., 2007).

Bunlara ilaveten, yaprak kerevizi (*A. graveolens* var. *secalinum*), İngilizce’de “smallage” veya “leaf celery” olarak ifade edilir (Selvakumar ve Varotariya, 2023). Bununla birlikte “golden celery” olarak da bilinir (Khalil vd., 2015). Yaprak kısmı baskın olan bu varyetenin, çoğunlukla içi boş yaprak sapı (hollow petiole) vardır. Yaprakları, baharat (condiment) olarak ve tıbbi amaçlarla kullanılmaktadır (Selvakumar ve Varotariya, 2023). Yaprak kerevizi, yeni gıda kaynakları arasında umut verici bir aday olup daha küçük yapısı ve belirgin/aromatik kokusunun daha yoğun olması bakımından sap kerevizinden ayrılmaktadır. Yüksek düzeyde biyoaktif bileşik içermesi sayesinde küresel ölçekte artan bir ilgi görmekle birlikte, halihazırda yalnızca belirli bölgelerde toprakta yetiştirilmektedir (Esposito vd., 2026).

3. Kerevizin Fitokimyasal Kompozisyonu

Gıda endüstrisi, yalnızca besleyici özellikler değil, aynı zamanda fonksiyonel nitelikler de sunan ürünler geliştirmeyi amaçlamaktadır. Kereviz, uzun süredir kullanılmasına rağmen içerdiği biyoaktif bileşikler, uzun bir dönem boyunca yeterince aydınlatılamamıştır (Narváez-Aldáz ve Ordoñez-Araque, 2019). Halbuki kereviz; vitaminler, karoten, protein ve selüloz açısından zengin olup tıbbi amaçlarla kullanılan bazı sekonder metabolitleri de içermektedir (Nguyen, 2020). Kerevizin kimyasal bileşiminin, büyük ölçüde flavonoidler ve yağ asitlerinden oluştuğu bildirilmektedir (Khalil vd., 2015). Daha geniş bir ifadeyle *A. graveolens*; karbonhidratlar, flavonoidler, alkaloidler, steroidler, glikozitler, fenoller, furokumarinler, uçucu yağlar, seskiterpen alkol bileşikleri, yağ asitleri ve geniş bir eser element yelpazesi içermektedir (Al-Snafi, 2014). Kerevizin başlıca besin öğeleri arasında; potasyum, sodyum, magnezyum, fosfor, kalsiyum, C vitamini, tiyamin, riboflavin ve niasin yer almaktadır. Ayrıca flavonoller (apigenin, luteolin ve kamferol) ile fenolik asitler (kafeik, ferulik ve kumarik asitler) gibi fenolik bileşikler de içermektedir (Narváez-Aldáz ve Ordoñez-Araque, 2019).

Kereviz önemli miktarda uçucu yağ içermesi sayesinde hem sağlıklı bir bitki hem de bir baharat olarak kabul edilmektedir (Nguyen, 2020). Bilindiği üzere uçucu yağlar, bitkilere özgü karakteristik aromatik profillerin oluşumundan

sorumlu olan ve en yaygın tanımlanan sekonder metabolitler arasında yer almaktadır (Canbey vd., 2025). Uçucu yağlar, temel olarak monoterpenler ve seskiterpenler gibi izoprenoitlerden oluşurlar ve aromatik bitkilerin sahip olduğu ve taşıdığı kokuda bulunurlar (Canbey ve Gürbüz, 2026). Kereviz de yoğun aromatik özelliklere sahip hoş kokulu çok sayıda bileşik içeren bir bitkidir (Khalil vd., 2015).

Aromatik bitkilerin neredeyse tüm bitki organları (tomurcuklar, çiçekler, tohumlar, meyveler, yapraklar, saplar, kökler vb.), uçucu içerir ve bu sekonder metabolitler, salgı hücreleri ve epidermal hücreler gibi bölgelerde birikir (Canbey, 2025a). Bitkilerdeki bu uçucu yağların eldesinde en yaygın kullanılan yöntemler, hidrodistilasyon ve buhar distilasyonudur (Khalil vd., 2015). Bunlara ilaveten uçucu yağların eldesinde farklı ekstraksiyon yöntemleri (çözücü ekstraksiyonu, süperkritik sıvı ekstraksiyonu vb.) ve mekanik (presleme) yöntemleri de kullanılabilmektedir (Canbey ve Gürbüz, 2026). Kereviz uçucu yağı; tohumlardan elde edilen tohum yağı (seed oil), yapraklardan elde edilen herba yağı (herbal oil) ve çiçeklerden ekstrakte edilen çiçek yağı (floral oil) olmak üzere üç farklı formda elde edilebilmektedir. (Khalil vd., 2015).

Kereviz, uçucu bileşikler ve aromatik maddeleri içermektedir (Yan vd., 2024b). *A. graveolens*, esas olarak bitkinin yeşil yapraklarında yoğunlaşan uçucu yağlar ve uçucu bileşikler sayesinde kendine özgü aromatik bir kokuya sahiptir. Yapraklardan elde edilen aromatik uçucu yağlar başlıca terpenler, fenoller ve anhidritlerden oluşmaktadır (Khalil vd., 2015). Bunun yanı sıra kerevizin aroma profilini oluşturan bileşenler; karakteristik koku ve lezzetine katkı sağlayan terpenler, fitalitler ve aldehitler gibi çeşitli uçucu bileşikler kapsamaktadır (Turner vd., 2021a). Tür, hasat zamanı, yetiştirme ortamı ve uygulanan yetiştirme yöntemleri, kerevizin aroma özelliklerini etkileyebilmektedir (Yan vd., 2024b). Bununla birlikte, bitkinin kimyasal kompozisyonu; toprak tipi, iklim koşulları, sulama, budama ve diğer yetiştiricilik uygulamaları gibi faktörlere bağlı olarak değişkenlik göstermektedir (Khalil vd., 2015).

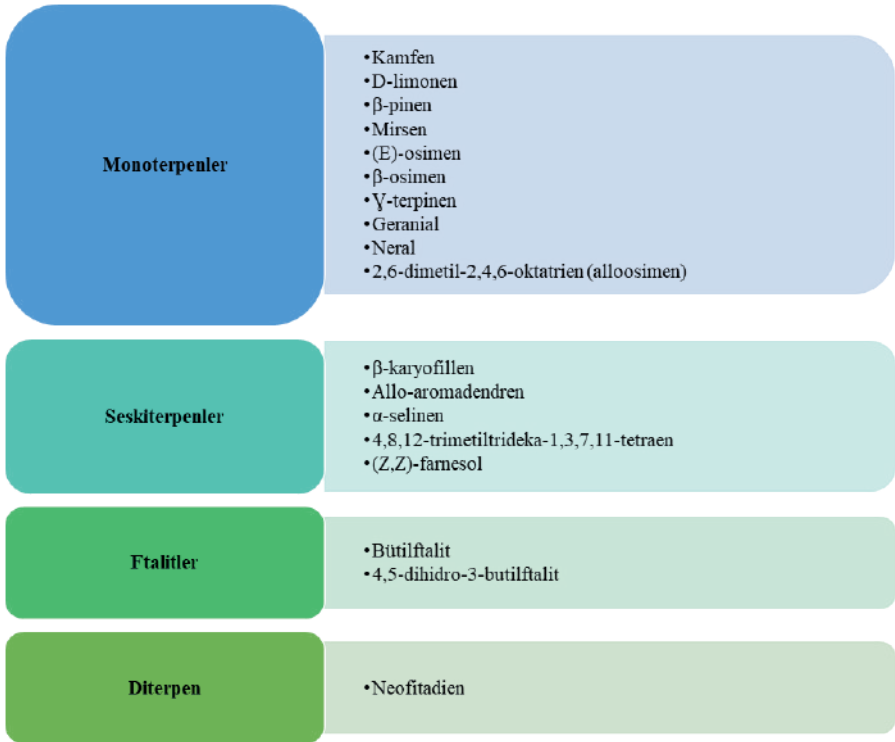
Bu kapsamda yapılan bir çalışmada; hasat yılının, sekiz kereviz genotipinin aroma bileşimi üzerinde genotiplerden daha güçlü bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Bunun sonucunda aroma profilinde farklılıkların ortaya çıktığı ve iki farklı yıl arasında duyuşal farklılıklar olduğu araştırmacılar tarafından belirlenmiştir. Aynı çalışmada, SPME GC/MS tekniği kullanılarak farklı oranlarda uçucu bileşikler tespit edilmiştir (Şekil 2) (Turner vd., 2021b).

Alkoller	• 3-metil-3-büten-1-ol • (E)-2-penten-1-ol • 1-pentanol
Aldehitler	• Hekzenal • (E)-2-hekzenal • Heptanal • (E)-2-heptenal • n-oktanal • m-tolualdehit • Nonanal • (E,E)-2,6-nonadienal
Esterler	• Metil bütanoat • 1-okten-3-il asetat • (E)-pinokarvil asetat • Karveol asetat • Hekzil izobütanoat
Alkanlar	• Nonan • Dekan • Undekan • Dodekan • Tridekan • Tetradekan • Pentadekan • Hekzadekan • Heptadekan • Oktadekan

Şekil 2. Kerevizde tespit edilen uçucu bileşikler (Turner vd., 2021b).

Başka bir çalışmada, enzim ön işlemlerinin kereviz uçucu yağının ekstraksiyonu üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir. Çeşitli enzim uygulamalarının ardından buhar distilasyonu ile elde edilen yağ veriminin (%2,2–%2,3), kontrol örneğine (%1,8) kıyasla arttığı belirlenmiştir. GC–MS analizleri, enzim uygulamalarıyla majör terpen olan limonen oranının, %63’ten %82’ye yükseldiğini; β -selinen, bütıl ftalit ve sedanolidin ise, diğer temel aroma bileşenleri olduğunu göstermiştir. Çalışma kapsamında elde edilen sonuçlara göre araştırmacılar; enzimlerin, kereviz uçucu yağının ekstraksiyonunu etkin biçimde artırdığını, buna karşın yağın aroma profili ve fiziko-kimyasal özelliklerinin büyük ölçüde korunduğunu ortaya koymuşlardır (Sowbhagya vd., 2010).

Bir diğer araştırmada; kereviz bitkilerinin taze toprak üstü aksamı; çok erken vejetatif aşama, erken vejetatif aşama, orta vejetatif aşama ve geç vejetatif aşamada hasat edilmiştir. Biyoaktif bileşikler tanımlamak için “headspace” tekniği ve GC-MS analizi birlikte kullanılmıştır. Çalışma kapsamında tespit edilen bileşikler, Şekil 3’te sunulmuştur. Bu sekonder metabolitlerin bileşimlerinin ve yüzdelерinin, farklı vejetatif aşamalar arasında önemli ölçüde değiştiği saptanmıştır. Monoterpenlerin ve seskiterpenlerin yüzdelерinde, bir artış görülürken; ftalitlerin yüzdesi, yaş ilerledikçe azalmıştır. Sonuç olarak, daha genç yaştaki kereviz bitkilerinin, daha güçlü bir kokuya sahip olan ve tıbbi ile endüstriyel faydalar sağlayan daha yüksek bir ftalit oranına sahip olduğu anlaşılmıştır (Naghneh vd., 2023).



Şekil 3. Farklı vejetasyon aşamalarında kerevizden elde edilen uçucu biyoaktif bileşikler (Naghneh vd., 2023).

Buna karşılık, bitkinin tohumlarından ekstrakte edilen yağlar, sabit yağlar (fixed oils) olarak adlandırılmakta ve temel olarak yağ asitlerinden meydana gelmektedir. Bu yağ asitleri arasında; oleik, palmitik, linolenik, stearik, linoleik ve petroselinik asitler bulunmaktadır (Khalil vd., 2015). Bilimsel bir araştırmada; kereviz tohumunun etanol ekstraktında; stearik, *cis*-6-oktadesenoik, linoleik,

palmitik, bütanoik ve valerik asitler tespit edilmiştir (Kim vd., 2021). Buna karşın, yapılan bir bilimsel çalışmada, kerevizin kökünde de (celery (*A. graveolens* L.) roots); linoleik (en fazla bulunan), miristik, pentadekanoik, palmitik, margarik, linolenik ve stearik asitler gibi yağ asitlerinin olduğu saptanmıştır (Mitrović vd., 2018).

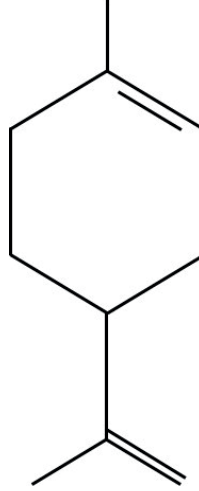
Uçucu ve sabit yağların yanı sıra bitki bünyesinde alkaloidler ve steroidler de bulunmaktadır. Tohum ekstraktlarının ise; steroidler, glikozitler, flavonoidler ve karbonhidratları içerdiği bildirilmektedir (Khalil vd., 2015). Bu kapsamda yapılan bir çalışmada, kereviz tohumu etanol ekstraktının; şekerleri (D-(-)-fruktofuranoz, D-(-)-fruktopiranoz, taloz, glikoz, sakkaroz, D-(+)-trehaloz, α -laktoz vb.), şeker asitleri (gliserik ve L-treonik asitler), organik asitleri (laktik, asetik, β -laktik, süksinik ve malik asitler), amino asitleri (alanin, valin, L-izolösin, serin, L-treonin ve piroglutamik asit), alkoller (D- ve L-treitol, ksilitol, mannitol, inositol, D-laktitol, maltitol) ve diğer bileşikler (1,2-propandiol, p-kumarik ve izoferulik asitler; gliserol; 4-hidroksifeniletanol ve stigmasterol) içerdiği tespit edilmiştir (Kim vd., 2021).

Yapılan bir çalışmada; *A. graveolens* var. *dulce*'nin yaprak (leaf), sap (stalk) ve köklerine (roots) ait uçucu bileşenler, hidrodistilasyon ve maserasyon yöntemleriyle elde edilmiş; uçucu yağlar ve aroma ekstraktları, GC ve GC-MS ile analiz edilmiştir. Tüm organlarda uçucu bileşenlerin büyük kısmını, ftalitlerin oluşturduğu; bunu, terpen hidrokarbonların izlediği saptanmıştır. Ayrıca sapların, fenolik bileşikler bakımından daha zengin olduğu belirlenmiştir. Buna ek olarak başlıca uçucu bileşenlerin; (Z)-3-bütildenftalit, 3-bütıl-4,5-dihidroftalit ve α -tujen oldukları tespit edilmiştir (Tablo 1). Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre araştırmacılar; bitkinin yaprak, sap ve köklerinin biyoaktif ftalitler açısından önemli birer kaynak olduğunu; ancak ekstraksiyon veriminin, bitki organına ve kullanılan yöntemle bağlı olarak değiştiğini ortaya koymuşlardır (Sellami vd., 2012).

Tablo 1. *A. graveolens* var. *dulce*'nin yaprakları, sapları ve köklerinde farklı ekstraktlarda tespit edilen majör uçucu bileşikler (Sellami vd., 2012)

Bileşikler	Yapraklar (%)	Saplar (%)	Kökler (%)
(Z)-3-bütildenftalit	%27,8–%38,4	%30,5–%38,9	%30,5–%52,0
3-bütıl-4,5-dihidroftalit	%34,2–%41,0	%24,1–%27,8	%12,3–%13,2
α -tujen	%7,9–%9,9	%7,5–%14,0	%7,0–%12,4

Başka bir bilimsel kaynakta, kereviz tohumlarının %2 ila %3 oranında uçucu yağ içerdiği ve tohumlarındaki bu uçucu yağın büyük kısmının genellikle %60 oranında limonen (Şekil 4), %10 oranında selinen bulundurduğu; ayrıca furokumarin ve furokumarin glikozitler ile bunların flavonoidlerini de barındırdığı ifade edilmiştir (Kooti vd., 2014).



Şekil 4. Limonen bileşiğinin kimyasal yapısı (Canbey, 2025b kaynağından esinlenerek oluşturulmuştur).

Bunlara ilaveten bir diğer araştırmada; altı kereviz kültivarının (celery cultivars) suları, LC/MS ve GC/MS ile analiz edilmiş; fenolik asitler, flavonoidler, kumarinler, terpenoidler ve ftalitler tespit edilmiştir. Ayrıca bazı bileşiklerin içeriklerinde, kültüvarlara göre farklılıkların olduğu belirlenmiştir (Yan vd., 2022).

Bunun yanı sıra yapılmış olan bilimsel bir çalışmada, *A. graveolens* L. var. *secalinum* Alef.'in yaprak, yaprak sapı (petiol) ve yaprak ayası (leaf blade) kısımlarından distilasyon yoluyla elde edilen uçucu yağın miktar ve bileşimi üzerine sulama uygulaması ile hasat zamanının etkileri araştırılmıştır. Elde edilen bulgulara göre sulama, yaprak ayasında uçucu bileşen konsantrasyonunu %0,68'e yükseltirken; petiyollerde bu oranı, %0,24 düzeyine düşürmüştür. Hasat zamanına bağlı olarak ise, Ekim ayında hasat edilen yaprakların uçucu yağ içeriğinin (%0,34), Eylül ayının ilk on gününde hasat edilenlere (%0,53) kıyasla istatistiksel olarak anlamlı derecede daha düşük olduğu belirlenmiştir. Aynı çalışmada, bileşim açısından değerlendirildiğinde, yaprak kerevizi uçucu yağında ana fraksiyonu monoterpenlerin oluşturduğu ve bu grup içerisinde limonen ile mirsenin baskın bileşenler olduğu saptanmıştır. Tablo 2'de

bitkinin farklı kısımlarından elde edilen uçucu yağda tespit edilen majör bileşiklerin, sulama durumuna ve hasat zamanına göre oransal (%) değişimleri gösterilmektedir (Rožek vd., 2016).

Tablo 2. A. graveolens L. var. secalinum Alef.'in farklı kısımlarından elde edilen uçucu yağındaki majör bileşenlerin sulama durumuna ve hasat zamanına göre oransal (%) değişimi (Rožek vd., 2016 kaynağındaki bilgiler ışığında oluşturulmuştur).

Bileşikler	Sulama ve Hasat Zamanı	Yaprak (%)	Yaprak Sapı (%)	Yaprak Ayası (%)
Limonen	Sulananlar	58,29	75,77	53,48
	Sulanmayanlar	54,04	55,60	45,94
	7 Eylül	54,04	55,60	45,94
	17 Ekim	56,05	59,76	40,91
Mirsen	Sulananlar	19,51	6,56	25,67
	Sulanmayanlar	27,65	20,97	37,51
	7 Eylül	27,65	20,97	37,51
	17 Ekim	15,84	7,45	27,89

Tablo 2 dikkatli bir şekilde incelendiğinde; en yüksek limonen oranı (%75,77), sulanan bitkilerin petiyollerinde belirlenmiştir. Ayrıca sulanan bitkilerin yapraklarında sulanmayanlara göre daha yüksek limonen ve daha düşük mirsen içeriği tespit edilmiştir. Hasat dönemine bağlı değişimde ise, Eylül ayında hasat edilen yapraklarda mirsen oranının daha yüksek ve limonen oranının daha düşük olduğu; Ekim ayında hasat edilenlerde ise, bunun tersine bir dağılımın ortaya çıktığı tespit edilmiştir (Rožek vd., 2016).

Başka bir bilimsel araştırmada, *A. graveolens* var. *dulce*'nin yapraklarındaki uçucu yağda majör bileşik olarak %40,1 oranında izoknidilit (isocnidilide) tespit edilmiş; bunun yanı sıra β -selinen, senkyunolit A (senkyunolide A), fitil asetat (phytyl acetate) ve 3-bütülfitalit (3-butylphthalide) diğer önemli bileşenler olarak belirlenmiştir (Foudah vd., 2021).

Bunlara ilaveten bir diğer bilimsel çalışmada; *A. graveolens* var. *rapaceum*'un toprak üstü ve toprak altı aksamlarında (aerial and underground parts) değişen miktarlarda; hidroksisinamik asitler (klorojenik asit, kriptoklorojenik asit, 4-kumaroil kinik asit, 5-feruloilkinik asit, ferulik asit vd.), hidroksikumarinler (eskulin ve skopoletin), flavonol (kaemferol 3-sambubiyozit), flavonlar (apiin, apigenin, sinarozit, diosmetin vd.), furanokumarinler (psoralen, bergapten, imperatorin, sitropten, izobergapten vd.) ile fitalit türevleri (senkyunolit A, sedanolit ve ligustilit) tespit edilmiştir (Kwak vd., 2025b)

4. Kerevizin Gıda Endüstrisinde ve Gastronomik Açıdan Değerlendirilmesi

Kereviz, bitkinin tüm kısımlarının yüksek besinsel ve tıbbi özelliklere sahip olması sayesinde başlıca nutrasötik sebze türlerinden biri olarak kabul edilmektedir (Golubkina vd., 2020). Kereviz, dünya genelinde yetiştirilen ve binlerce yıldır gıdalara aroma verme amacıyla, uçucu yağ uygulamalarında ve geleneksel tıpta kullanılan bir bitkidir. Ayrıca gıda, farmasötik ve imalat sanayileri dahil olmak üzere çeşitli endüstriyel uygulamalarda temel bir bileşen olarak yer almaktadır (Khalil vd., 2015). Bununla birlikte, farmasötik, gıda ve süs bitkisi sektörlerinde yaygın olarak kullanılması, kerevizin önemli ölçüde ticari bir değere sahip olmasını sağlamaktadır (Kooti vd., 2015). Kereviz; tohum, taze yaprak, özüt (ekstrakt) ve toz halinde tüketilmektedir. Etkileyici bir şekilde aromatik olan kereviz, geniş çapta şifalı bir bitki olarak kullanılmakta olup birçok hoş kokuya sahip doğal bileşimi içermektedir. Kerevizin çok farklı bir kokusu vardır ve karakteristik aroması sayesinde aromatik şifalı bitkiler olarak adlandırılan sebze türlerinin en üst sıralarında yer alır (Khalil vd., 2015).

Kereviz bitkisinin yaprakları (leaves), yaprak sapları (petioles), kökleri (roots) ve tohumları (seeds); taze veya konserve olarak veya baharat şeklinde kurutulmuş halde tüketilebilen, tamamı yenilebilir bitki kısımlarıdır (Golubkina vd., 2020). Fenolik asitler, flavonoidler, vitaminler, kumarinler ve uçucu yağlar gibi doğal biyoaktif bileşenleri önemli miktarlarda içermesi sayesinde kereviz tüketimi, son yıllarda istikrarlı bir artış göstermiştir (Liu vd., 2020). Kereviz, dünya genelinde yaygın olarak tüketilen aromatik sebzelerden biri olup günlük beslenmenin bir parçasını oluşturmaktadır (Tashakori-Sabzevar vd., 2016).

Kök kereviz (turnip rooted celery or celeriac), genel mutfak uygulamalarında aroma verici olarak ve pişirilmiş sebze şeklinde tüketim açısından daha üstün nitelikler taşımaktadır. Bitki, büyük bir pancara benzer kök (beet-like root) benzeri yapı oluşturmaktadır. Bu yapı hem sebze hem de baharat olarak kullanılmaktadır (Latinović vd., 2025). Şekil 5'te kök kerevizden hazırlanmış sebze yemekleri gösterilmektedir. Bitkinin yumru yapısı, havuç ile birlikte zeytinyağında salçalı ve salçasız olarak pişirilmiştir.



Şekil 5. Kök kerevizin yumru yapılı kısmından hazırlanan yemek örnekleri.

Bu tarz kereviz yemeklerinin hazırlanmasında; ilk olarak ince ince kıyılmış soğanlar, zeytinyağında kavrulur. Farklı ve yoğun bir aroma istenirse, içerisine sarımsak da katılabilir. Ayrıca yemek salçalı olacaksa, salça da bu aşamada soğanlar kavrulurken ilave edilir. Ancak genellikle salçasız olarak tercih edilmektedir. Soğanlar kavrulduktan sonra havuçlar da ilave edilerek birkaç dakika birlikte döndürülür. Ardından kök kerevizin doğranmış yumru yapıları ve ince kıyım sapları ilave edilir. Daha sonra bir adet limonun suyu ilave edilerek kerevizin hem limon suyunu emmesi sağlanmış hem de ilerleyen aşamalarda karaması engellenmiş olur. Tüm işlemler bittikten sonra su ilave edilir (yaklaşık yarım çay bardağı kadar olup ilerleyen periyotta kontrol edilerek su seviyesi ayarlanabilir) ve tencerenin kapağı kapatılarak yemeğin pişmesi sağlanır. Yemek kaynamaya başlayınca, ocağın altı kısılır. Pişmeye beş dakika kala tuz ilave edilir. Yemek piştikten sonra yemeğin daha aromatik olması istenirse, ince kıyım kereviz yaprakları da ilave edilebilir (Şekil 6). Arzu edilirse, kereviz yaprağı yerine ince kıyım dereotu yaprakları da ilave edilebilir



Şekil 6. Kök kereviz yemeğinin pişirilme prosesi.

Bu tür yemekler, içerisine farklı bitkisel veya hayvansal kaynaklı gıdalar eklenerek çeşitli şekillerde hazırlanabilir. Bunun yanı sıra kök kerevizin yumru yapılarından, haşlandıktan sonra (veya haşlanmadan) ince ince doğranarak, farklı baharatlar, ceviz, yeşillikler (maydanoz, dereotu vb.) ve yoğurt (sarımsaklı veya sade) eklenerek değişik tat ve lezzetlerde mezeler ve garnitürler hazırlanabilir. Tüketim sırasında üzerine sızma zeytinyağı ilave edilebilir. Bu tip ürünler, tüketicinin damak tadına göre şekillenebilir.

Bunlara ilaveten kereviz; güveç, çorba ve yahni gibi yemeklerin tatlandırılmasında kullanılan uyumlu bir sebzedir ve hem fırınlanmış şekilde hem de püre halinde kullanılabilir. Püre haline getirilmiş kereviz, pürüzsüz bir püre elde etmek için patates püresi gibi diğer kök sebzelerle birlikte kullanılabilir. Bunun yanı sıra klasik bir yemek olarak kereviz, küçük parçalar halinde doğranır veya rendelenir ve hardallı mayonez ile birlikte tüketilir (Khalil vd., 2015). Bununla birlikte kereviz, genellikle diğer malzemelerle birlikte kavru olarak veya çorba lezzetini artırmak amacıyla baharat olarak kullanılmakta olup başlıca salata veya kereviz suyu şeklinde çiğ olarak da tüketilebilmektedir (Yan vd., 2022).

Şekil 7'de içerisinde kök kerevizin yumru yapılı kısmı bulunan çorba örneği gösterilmektedir. Çorbanın bileşimine; bitkinin yumru şekilli kısmı, havuç, kırmızı mercimek, soğan, sarımsak ile domates ve biber içeren ev yapımı

konserve ilave edilmiştir. Domates ve biber, mevsimine göre konserve haline dönüştürülmeden taze halleriyle de ilave edilebilmektedir. Bunlar, tüketicinin isteğine göre şekillenebilmektedir.



Şekil 7. İçerisine kök kerevizin yumru formulu yapısı ilave edilerek hazırlanmış ve üzerine bitkinin yaprakları serpilerek sunulmuş çorba örneği.

Kerevizden yemek hazırlanırken; kesme, doğrama, rendeleme gibi işlemler sırasında kararma görülebilir (Şekil 8). Taze kesilmiş kereviz (fresh-cut celery), depolama sürecinde bozulmaya ve doku esmerleşmesine karşı oldukça hassastır (Zhan vd., 2013). Enzimatik esmerleşme olarak bilinen bu durum, meyve ve sebzelerde kesme ve dilimleme sonrası havayla temas, püre haline getirme, mekanik hasar ile dondurulmuş veya soğukta depolanmış ürünlerin çözündürülmesi sonucu ortaya çıkan önemli bir kalite kaybı nedenidir. Bu süreçten başlıca sorumlu enzimler, polifenol oksidaz ve peroksidazdır. Dört bakır atomu içeren bir oksidoredüktaz enzim olan polifenol oksidaz, monohidroksi fenollerin o-dihidroksi fenollere oksidasyonunu ve o-dihidroksi fenollerin, o-kinonlara dönüşümünü katalize etmektedir. Fenolik bileşiklerin kinonlara oksidasyonu ve bunu izleyen melanin oluşumu, gıdalarda karakteristik koyu renk oluşumuna yol açmaktadır (Singh vd., 2018).



Şekil 8. Kök kerevizin yumru şekilli kısmının kesilmiş dokusunda görülen enzimatik esmerleşme örneği.

Esmerleşme süreci, meyve ve sebzelerde doğal olarak meydana gelen bir olgu olup gıda endüstrisi açısından önemli bir sorun teşkil etmektedir. Özellikle hasat sonrası işlemler sırasında taze meyve ve sebze ürünleri, enzimatik esmerleşme reaksiyonları nedeniyle kolaylıkla bozulabilmektedir. Bu durum, ürünlerin kalite ve görsel özelliklerinde önemli kayıplara yol açmaktadır (Hamdan vd., 2022).

Kerevizde bu tip sorunların görülmesini engellemek için özellikle yemek yapma sürecinde kesilen veya doğranan kereviz kökleri, esmerleşme görülmeden hızlı bir şekilde pişirilmelidir. Bunun yanı sıra farklı teknolojik işlemler de uygulanabilir. Bu kapsamda, enzimatik esmerleşmenin önlenmesi amacıyla ısıtma ve soğutma, ısıl şok yöntemi, kimyasal esmerleşme önleyici ajanların uygulanması ve diğer yöntemlerden faydalanılabilir (Singh vd., 2018). Bu bağlamda yapılan bir bilimsel çalışmada; 7 °C’de 8 gün süreyle depolanan taze kesilmiş sap kerevizde (*A. graveolens* var. *dulce*) sürekli ışık uygulamasının (2000 lux), karanlık koşullara (0,2 lux) kıyasla esmerleşme ile ilişkili enzim aktiviteleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Işık uygulamasının, polifenol oksidaz ve peroksidaz aktivitelerini baskıladığı ve buna bağlı olarak kinon birikimi ve esmerleşme indeksinin azalttığı belirlenmiştir (Zhan vd., 2013).

Bir diğer bilimsel araştırmada; önceden kesilmiş kerevizde (*A. graveolens* L.) uygulanan iki farklı ısıl işlemin (48 °C’de 1 saat kuru hava ve 50 °C’de

90 saniye suya daldırma), esmerleşme üzerine etkileri incelenmiştir. Çalışma kapsamında numuneler, 0 °C'de depolanmış ve depolama süresince esmerleşme potansiyelindeki değişimler izlenmiştir. Uygulanan ısı işlemlerin, esmerleşme potansiyelini anlamlı düzeyde azalttığı ve esmerleşme ile ilişkili klorojenik asit içeriğini düşürdüğü belirlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre araştırmacılar, minimal işlenmiş kerevizde enzimatik esmerleşmenin kontrol altına alınmasında ısı işlem uygulamalarının etkili bir yöntem olduğunu göstermişlerdir (Viña ve Chaves, 2008).

Kereviz, ambalajsız veya “tüketilmeye hazır” formda pazarlanabilmektedir. Tüketiciler tarafından satın alınıp tüketilene kadar uygun şekilde depolanması önemli bir husustur. Bilimsel bir çalışmada; depolama sırasında sıcaklık ve bağıl nem değişimlerine bağlı kalite kayıpları üzerinde buğulanmayı önleyici (antifogging) katkı poliolefin ve mikro delikli (micro perforated) polipropilen olmak üzere iki ambalaj filminin etkisi incelenmiştir. Bu kapsamda, örnekler; kontrol olarak ambalajsız kereviz ile birlikte 4 ± 1 °C, %90 bağıl nemde 35 gün süreyle saklanmış ve ağırlık kaybı, sertlik, pH, çözünür kuru madde, titre edilebilir asitlik, renk ve toplam fenol içeriği ölçülmüştür. Elde edilen sonuçlara göre depolama süresince renk ve sertlikte azalma olduğu; buğulanmayı önleyici katkı poliolefin ile ambalajlamada ağırlık kaybının, %3'ün altında kaldığı gözlemlenmiştir. Küçük kondensat birikimleri, raf ömrünü etkilemediğinden; buğulanmayı önleyici katkı poliolefin filminin kereviz saplarının raf ömrünü uzatmada en uygun ambalaj malzemesi olarak değerlendirilebileceği belirtilmiştir (Rizzo ve Muratore, 2009).

Benzer başka bir bilimsel çalışmada; elde edilen sonuçlara göre organik azot ile gübrelenen ve buğulanmayı önleyici katkı poliolefin ile paketlenen kerevizlerde, raf ömrünün 37 gün olduğu belirlenmiştir. Buna karşın mikro delikli polipropilen ile paketlenen işlenmemiş örneklerin, 20 gün sonunda pazarlanabilirliğini kaybettiği; aynı örneğin, buğulanmayı önleyici katkı poliolefin ile paketlenmesinde raf ömrünün 30 güne ulaştığı tespit edilmiştir (Rizzo vd., 2010).

Buna ilaveten, taze bitkisel ürünlerin yüksek nem içeriğine ve çoğu zaman yüksek mikroorganizma yüküne sahip olması nedeniyle uygun işleme tekniklerinin uygulanması gereklidir. Bu kapsamda, nem içeriğini ve dolayısıyla su aktivitesini güvenli seviyelere düşürerek raf ömrünü uzatan en yaygın yöntem, dehidrasyondur. Bununla birlikte, tüketicilerin taze bitkilerin karakteristik özelliklerini büyük ölçüde koruyan işlenmiş ürünlere yönelik talepleri giderek artmaktadır. Bu nedenle kurutma işleminin; tat, aroma, renk, görünüm ve besin değerinin mümkün olan en yüksek düzeyde korunmasını sağlayacak şekilde dikkatle gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Kalite unsurlarının yanı sıra kurutma verimliliği de, kurutma performansının değerlendirilmesinde temel bir kriter

olarak öne çıkmaktadır (Jin vd., 2018). Uygun olmayan kurutma koşulları, hızlı nem kaybı ve klorofil parçalanmasına bağlı olarak antioksidanların bozulmasını hızlandırmaktadır (Lal vd., 2026). Tablo 3'te kerevizin kurutulması üzerine yapılmış olan bazı bilimsel çalışmalar gösterilmektedir.

Tablo 3. Kerevizin kurutulması üzerine yapılmış olan bazı önemli bilimsel çalışmalar

Biyomateryal	Uygulamalar	Kaynaklar
Taze kereviz (<i>A. graveolens</i> L.) yaprakları	Raf ömrünü uzatmak amacıyla kerevizin nem içeriği, kurutma işlemiyle azaltılmış ve karşılaştırma amacıyla fırın, vakumlu fırın ve kendi tasarımı olan fotovoltaiik-termal güneş kurutucu kullanılmıştır. Yaklaşık 49 °C'de gerçekleştirilen denemelerde, fotovoltaiik-termal güneş kurutucunun en yüksek sabit kurutma hızı ve en kısa kurutma süresini sağladığı belirlenmiştir. Ayrıca klorofil içeriğinin yüksek düzeyde korunduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre düşük enerji tüketimi ve yenilenebilir güneş enerjisini kullanması sayesinde fotovoltaiik-termal güneş kurutucunun verimli ve sürdürülebilir bir kurutma yöntemi olarak önemli bir potansiyele sahip olduğu sonucuna varılmıştır	Sapei vd., 2019
Kereviz (<i>A. graveolens</i> L.)	Hasat sonrası uygulanan farklı kurutma yöntemlerinin kerevizin antioksidan ve vitamin içeriği üzerindeki etkileri incelenmiştir. Modern yöntemler olarak dehidrasyon ve tepsi kurutma (dehydration and tray drying); geleneksel yöntem olarak ise, güneşte kurutma (sun drying) değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, farklı kurutma sıcaklıkları optimize edilmiş ve 50 °C'de uygulanan dehidrasyon yönteminin, en uygun kurutma koşulu olduğu belirlenmiştir. Bu koşullarda elde edilen kereviz tozunun, yüksek antioksidan aktivite ve C vitamini içeriği ile öne çıktığı saptanmıştır	Minah vd., 2024
Kereviz (<i>A. graveolens</i> L.) ve dereotu (<i>Anethum graveolens</i> L.) yaprakları	Bitkilerin yapraklarının fiziksel ve biyokimyasal kalite özellikleri üzerine dört farklı kurutma yönteminin etkisi incelenmiştir. Çalışma kapsamında elde edilen bulgulara göre 20 °C'de ve %25 ila %30 bağıl nemde uygulanan düşük sıcaklıklı kabinli kurutmanın (low-temperature cabinet drying), duyuusal kabul edilebilirlik, renk korunumu, klorofil ve karotenoid içeriği, antioksidan aktivite, rehidrasyon kapasitesi ve uçucu yağ bileşenlerinin korunması açısından en başarılı yöntem olduğunu belirlenmiştir. Diğer yöntemlere kıyasla düşük sıcaklıklı kabinli kurutmanın, kalite kayıplarını en aza indirirken; güneşte ve gölgede kurutmanın, belirgin kalite bozulmalarına yol açtığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak düşük sıcaklıklı kabinli kurutma yönteminin, yüksek kaliteli kurutulmuş kereviz ve dereotu yapraklarının elde edilmesi için en etkili yöntem olduğu ve ticari uygulamalar için uygun bir potansiyele sahip olduğu araştırmacılar tarafından belirlenmiştir	Lal vd., 2026

Kerevizin gastronomik açıdan sadece yumru yapıları değil, aynı zamanda diğer kısımları da kullanılabilir. Kerevizin sapı, yaprakları, bitkisi, oleoresinleri, uçucu yağları ve tohumları; domates ürünleri, turşular (Şekil 9), etler, soslar ve çorbalarda lezzet verici olarak kullanılır (Khalil vd., 2015). Çoğunlukla özel olarak yetiştirilen tohumlardan elde edilmekte olan kereviz uçucu yağı (celery volatile oil), gıdalarda aroma verici ajan olarak değerlendirilmektedir (Kokotkiewicz ve Łuczkiewicz, 2016).



Şekil 9. Kereviz sapı eklenmiş lahana turşusu örneği.

Bunlara ilaveten kereviz bitkisinin tohumları, gıdalarda ve gastronomi alanında yaygın şekilde kullanılmaktadır. Kereviz tohumları (celery seeds), gıdalarda baharat ve çeşni verici olarak yaygın şekilde kullanılmakta olup bütün tohum halinde veya tuz ile karıştırılarak elde edilen kereviz tuzu (celery salt) şeklinde aroma verici ajan olarak değerlendirilmektedir (Sowbhagya vd., 2010). Benzer şekilde toz (powders) haline dönüştürülmüş tohumlar, sofraya tuzu veya karabiber ile karıştırılarak çeşni verici olarak da değerlendirilebilmektedir (Yan vd., 2024a). Bununla birlikte, kereviz bitkisinin tohumları; gıdalarda aroma verici ajan olarak çorbalarda, salatalarda ve yahni türü yemeklerde baharat olarak ve kokteyl içecek karışımlarında kullanılabilmektedir (Khalil vd., 2015). Ayrıca turşu, fırıncılık ürünleri ile balık ve et yemeklerine kendine özgü tekstür ve keskin bir tat kazandırmak amacıyla baharat olarak kullanılmaktadır (Yan vd., 2024a). Bunlara ilaveten tohumlar; yumurta yemekleri, hamur işleri, salata sosları, yeşil salatalar ve patatesli ürünler, soslar, iç harçlar, ton balığı, sebze yemekleri, lahana turşusu (sauerkraut), rulolar, midye, domates suları,

çorbalar, hamburgerler, omletler, ekmek ve turşu ürünlerinin hazırlanmasında kullanılmaktadır (Khalil vd., 2015).

A. graveolens var. *dulce*; vitaminler (A, D, E, K, C ve B grubu vitaminleri), başta kalsiyum, demir, potasyum, sodyum ve fosfor olmak üzere çeşitli mineraller ile düşük düzeyde karbonhidrat içeriği gibi sağlığı destekleyici biyoaktif bileşenlerce zengin olması sayesinde salatalarda, meyve ve/veya sebzelerden hazırlanan yoğun kıvamlı içeceklerde (smoothies) ve sebze sularının formülasyonlarında yaygın olarak kullanılmaktadır (Mezeyová vd., 2018). Benzer şekilde, kök kerevizin (celeriaceae) yumru şekilli yapısı ve yaprakları, taze olarak tüketilebildikleri gibi dondurma, konserveleme ve meyve suyu üretimi gibi işlemlerden geçirilerek de değerlendirilebilmektedir (Nadulski vd., 2020).

Kereviz suyu (celery juice), zengin biyoaktif bileşen içeriği ve olumlu sağlık özellikleri sayesinde giderek artan bir popülerliğe ve talebe sahiptir. Tek başına tüketilebildiği gibi diğer meyve ve sebze suları ile karıştırılarak da değerlendirilebilmekte olup günümüzde bireylerin günlük beslenmesinde fonksiyonel bir içecek olarak yer almaktadır (Yan vd., 2022). Kereviz suyu üretimi ile ilgili olarak yapılmış olan bazı bilimsel çalışmalar, Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Kereviz suyu eldesi üzerine yapılan bilimsel çalışmalar

Materyal	Uygulamalar	Kaynaklar
Kök kerevizin (celeriaceae) öğütülmüş yumru yapısı (püre veya cips formunda)	Üç prosedürlü bir proses ile kök kerevizin öğütülmüş yumru yapısı (püre veya cips formunda), dondurma-çözündürme ön işleminin ardından iki kez preslenmiştir. Kereviz suyu elde etmede, en uygun yöntemin; pürenin preslenmesini takiben ilk preslemeden kalan posanın yeniden dondurulup çözündürülmesi ve tekrar preslenmesi olduğu belirlenmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre bu yaklaşımın, enerji açısından verimli olduğu, yüksek presleme verimi sağladığı ve cipslerin preslenmesine kıyasla daha yüksek çözünür katı madde içeriğine sahip kereviz suyu elde edilmesine olanak tanıdığı belirlenmiştir	Nadulski vd., 2020
Kök kerevizin (celeriaceae) yumru şekilli kısmı	Enzimle (<i>Aspergillus oryzae</i> kaynaklı α -amilaz) müdahalenin (60 dakikalık enzimatik maserasyonun) ardından kereviz suyu presleme veriminin arttığı belirlenmiştir. Hammadde püresinin enzimatik maserasyonu, hücresel yapıların parçalanmasını sağlayarak sıvı akışına karşı direnci azaltmış ve değerli biyolojik olarak aktif bileşenlerin ekstraksiyonunu kolaylaştırmıştır. Bu durum, elde edilen ürünlerin besin yoğunluğunun artmasına ve organoleptik özelliklerinin iyileşmesine katkıda bulunmuştur	Szarek vd., 2024

Yukarıda bahsedilen çalışmalara ilaveten kereviz suyunun ve tozunun ilavesi yoluyla gıdaların raf ömrünün uzatılmasına yönelik araştırmalar da yürütülmektedir (Çil, 2021). Bu bağlamda yapılan bir çalışmada, kereviz suyu konsantresinden (celery juice concentrate) kaynaklanan pH ve nitritin, *Listeria monocytogenes*'in gelişimi ile jambonun (ham) kalite özellikleri üzerindeki etkileri incelenmiştir. Elde edilen bulgular, kereviz suyu konsantresinin et ürünlerinde pH'yı yükselterek nitritin antimikrobiyal etkinliğini etkileyebileceğini göstermiştir (Horsch vd., 2014).

Başka bir çalışmada, bilyalı öğütme (ballmilled) ile elde edilen farklı partikül boyutlarına sahip kereviz tozunun (celery powder), kıyılmış et ürünlerinde fizikokimyasal, antioksidan ve antimikrobiyal özellikler ile küreme etkinliği üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Daha büyük partikül boyutlarının, renk ve küreme etkinliğini artırdığı; süper ince tozların ise, antioksidan aktiviteyi iyileştirdiği tespit edilmiştir. Buna karşın, kereviz tozunun antimikrobiyal etkisi, nitrit ilaveli ürünlere kıyasla sınırlı bulunmuştur. Çalışma kapsamında elde edilen bulgulara göre araştırmacılar; mikronize edilmiş kereviz tozunun; ekstraktlar veya bitkinin suyu yerine, etiket dostu olarak yeniden formüle edilmiş et ürünlerinde antioksidan aktivitenin artırılması ve küreme etkinliğinin iyileştirilmesi amacıyla kullanılabileceğini göstermişlerdir (Ramachandraiah ve Chin, 2021).

Bundan başka, bir diğer araştırmada; *Lactobacillus plantarum* NCU116 ile gerçekleştirilen fermentasyonun, kerevizin aroma ve lezzet özelliklerinin geliştirilmesinde etkili bir yöntem olduğu belirlenmiştir (Li vd., 2025).

Bunlara ilaveten *A. graveolens* var. *rapaceum*'un yumrusu (tubers) üzerinde yapılan başka bir çalışmada elde edilen bulgulara göre kereviz kökenli pektinin, emülsiyon stabilizatörü olarak önemli bir uygulama potansiyeline sahip olduğu saptanmıştır. Özellikle diyet lifi niteliği taşıyan kereviz pektininin dikkat çekici emülsiyon-stabilizasyon kapasitesi dikkate alındığında, besinsel değeri ve sağlık yararları artırılmış gıda emülsiyonlarının formülasyonunda kullanımının önerilebileceği sonucuna varılmıştır (Petrova vd. 2014).

Sonuç olarak, gelecekteki araştırmalar açısından temel öncelik, *A. graveolens* var. *rapaceum*'un sap ve yaprak kısımlarının biyoaktif özelliklerinin kapsamlı biçimde karakterize edilmesi, özellikle de fonksiyonel gıda bileşeni olarak taşıdıkları potansiyelin ayrıntılı olarak ortaya konulmasıdır. Bunun yanı sıra bitkinin hem geleneksel hem de modern mutfak uygulamalarına entegre edildiği yenilikçi gıda ürünlerinin geliştirilmesi, ürünün tüketici nezdindeki kabulünü ve cazibesini artırabilecektir (Kwak vd., 2025a).

5. Sonuç ve Öneriler

Kereviz (*Apium graveolens* L.), Maydanozgiller familyasına ait, kendine has yoğun ve tüketiciyi cezbedici aroması olan çok önemli bir aromatik bitki türüdür. Bu türün, bilinen en önemli varyeteleri; kök kereviz (*A. graveolens* var. *rapaceum*), sap kerevizi (*A. graveolens* var. *dulce*) ve yaprak kerevizidir (*A. graveolens* var. *secalinum*). Bunların, farklı kısımları gıdalarda ve gastronomi alanında yaygın olarak kullanılmaktadır. Kereviz, genel olarak sebze yemeklerinde, toz haline getirilip baharat şeklinde, kereviz suyu haline getirilerek, diğer içeceklerin formülasyonlarında, püre haline getirilerek, et yemeklerinde ve benzeri yemek çeşitlerinde kullanılmaktadır. Kerevizin yaygın şekilde kullanımında, yoğun ve aromatik yapısı ve zengin fitokimyasal bileşimi etkili olmaktadır.

Bunlara ilaveten kerevizin farklı formlarda (uçucu yağ halinde, toz haline getirilerek, kereviz suyu şeklinde vb.) gıda endüstrisinde çeşitli amaçlarla kullanılabilirdiği, yapılan araştırmalarda gösterilmiştir. Burada üzerinde durulması gereken en önemli konulardan biri, kerevizin yaygın şekilde tüketilen kısımlarına ilaveten arta kalan ve tüketilmeyen kısımlarının da uygun ekstraksiyon metotları geliştirilerek kullanılabilir yan ürünler haline dönüştürülmesi gerekliliğidir. Özellikle yaprakları üzerinde yapılacak olan bilimsel çalışmalar, kereviz yapraklarının daha geniş alanda kullanılmasına ve üreticilere ekonomik yönden daha fazla getiri sağlamasına olanak tanıyacaktır. Bununla ilgili olarak kerevizin farklı kısımlarının yan ürünler olarak değerlendirilmesine yönelik ikincil pilot işletmeler kurularak bunların, önemli biyokaynaklar olarak değerlendirilmesi amacıyla ön hazırlık çalışmaları yürütülebilir.

Gıda endüstrisi açısından özellikle bitkinin bu yan ürünlerindeki doğal antimikrobiyal ve antioksidan karakterli bileşiklerin tespit edilmesi ve bunların yenilikçi ekstraksiyon metotları ile tahrip edilmeden izole edilmesi ve bunların, doğal koruyucular olarak gıdalara ve ambalajlara uygulanması çok önemli hususlardır. Bu kapsamda, multidisipliner çatı altında bilimsel çalışmaların yapılmasına ve yaygınlaştırılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle klinik ve laboratuvar çalışmaları yaygınlaştırılarak izole edilen biyoaktif bileşiklerin, kullanım dozları ve gerekli standardizasyon işlemleri gerçekleştirilmelidir.

Sonuç olarak kereviz, sağlıklı bir diyetin önemli bir parçası olarak değerlendirilmeli ve özellikle biyoaktif bileşenleri ile ilgili daha fazla bilimsel araştırma yapılmalıdır. Gelecek çalışmalar, kerevizin biyolojik özelliklerini daha iyi anlamak ve bu bitkiden elde edilebilecek potansiyel faydalar ile fonksiyonel kullanımları, üst seviyelere taşıyabilmek amacıyla geniş bir yelpazede ele alınmalıdır. Bu bağlamda, daha detaylı ve geniş kapsamlı bilimsel çalışmaların yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Kaynaklar

- Alobaidi, S., & Saleh, E. (2024). Antihypertensive Property of Celery: A Narrative Review on Current Knowledge. *Hindawi International Journal of Food Science*, 2024, 1-8.
- Al-Snafi, A. E. (2014). The Pharmacology of *Apium graveolens*. - A Review. *International Journal for Pharmaceutical Research Scholars*, 3(1), 671-677.
- Canbey, İ. (2025a). Lamiaceae Familyasına Ait Üç Önemli Tür Olan Fesleğen, Melisa ve Biberiye Bitkilerinin Uçucu Yağ Bileşenleri, Biyolojik Etkileri ve Kullanım Alanları. *UBAK International Academy of Science Association Publishing House*, Ankara, pp. 1-106. ISBN: 978-625-5923-72-1.
- Canbey, İ. (2025b). *Mentha spicata* L. ve *Mentha piperita* L. Türlerinin Uçucu Yağ Kompozisyonları, Biyolojik Aktiviteleri ve Uygulama Alanları. *UBAK International Academy of Science Association Publishing House*, Ankara, pp. 1-90. ISBN: 978-625-5923-66-0.
- Canbey, I., Ozcan, T., & Gurbuz, O. (2025). The Impact of Essential Oils from Aromatic Plants on Microbial Dynamics and Nutrition in Lacto-Fermented Systems. *Food Science & Nutrition*, 13, 1-24.
- Canbey, İ. ve Gürbüz, O. (2026). Ülkemizde Yetişen Önemli Kekik Türlerinin Etkileri, Özellikleri, Kullanım Alanları ile Kekik ve Ürünlerinin Muhafaza Yöntemleri. *Turkish Science and Technology Publishing*, pp. 1-39. ISBN: 978-625-97746-6-4.
- Çil, E. (2021). A Popular Functional Food: Celery (*Apium graveolens* L.). 2nd *International Congress of the Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology*, pp. 361-365.
- Đurović, V., Mandić, L., Igrošanac, M., Radovanović, M., Pešaković, M., Mladenović, J., & Đukić, D. (2023). Celery (*Apium graveolens* L.) as a Source of Phytochemicals with Antioxidant and Antibacterial Effects. *1st International Symposium On Biotechnology*, 315-322.
- Esposito, A., Vetrano, F., Moncada, A., Palazzolo, E., Lucia, C., & Miceli, A. (2026). Suitability of *Apium graveolens* L. var. *secalinum* Alef. to Hydroponic Cultivation for Baby Leaf Production. *Scientia Horticulturæ*, 357, 1-22.
- Eşiyok, D., Bozokalfa, M. K., & Uğur, A. (2003). Sap Kerevizinde (*Apium graveolens* L. var. *dulce*) Dikim Sıklıklarının Verim ve Kalite Özellikleri Üzerine Etkisi. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 40(3), 17-24.
- Foudah, A. I., Alqarni, M. H., Alam, A., Salkini, M. A., Alam, P., Alkholifi, F. K., & Yusufoglu, H. S. (2021). Determination of Chemical Composition, In Vitro and In Silico Evaluation of Essential Oil from Leaves of *Apium graveolens* Grown in Saudi Arabia. *Molecules*, 26, 1-16.
- Godlewska, K., Pacyga, P., Michalak, I., Biesiada, A., Szumny, A., Pachura, N., & Piszcz, U. (2020). Field-Scale Evaluation of Botanical Extracts Effect

- on the Yield, Chemical Composition and Antioxidant Activity of Celeriac (*Apium graveolens* L. var. *rapaceum*). *Molecules*, 25, 1-56.
- Golubkina, N. A., Kharchenko, V. A., Moldovan, A. I., Koshevarov, A. A., Zama-na, S., Nadezhkin, S., Soldatenko, A., Sekara, A., Tallarita, A., & Caruso, G. (2020). Yield, Growth, Quality, Biochemical Characteristics and Elemental Composition of Plant Parts of Celery Leafy, Stalk and Root Types Grown in the Northern Hemisphere. *Plants*, 9, 1-13.
- Hamdan, N., Lee, C. H., Wong, S. L., Fauzi, C. E. N. C. A., Zamri, N. M. A., & Lee, T. H. (2022). Prevention of Enzymatic Browning by Natural Extracts and Genome-Editing: A Review on Recent Progress. *Molecules*, 27, 1-37.
- Horsch, A. M., Sebranek, J. G., Dickson, J. S., Niebuhr, S. E., Larson, E. M., Lavieri, N. A., Ruther, B. L., & Wilson, L. A. (2014). The Effect of pH and Nitrite Concentration on the Antimicrobial Impact of Celery Juice Concentrate Compared with Conventional Sodium Nitrite on *Listeria monocytogenes*. *Meat Science*, 96(1), 400-407.
- Khalil, A., Nawaz, H., Ghania, J. B., Rehman, R., & Nadeem, F. (2015). Value Added Products, Chemical Constituents and Medicinal Uses of Celery (*Apium graveolens* L.) – A Review. *International Journal of Chemical and Biochemical Sciences*, 8(2015), 40-48.
- Khairullah, A. R., Solikhah, T. I., Ansori A. N. M., Hidayatullah, A. R., Hartadi, E. B., Ramandinianto, S. C., & Fadholly, A. (2021). Review on the Pharmacological and Health Aspects of *Apium graveolens* or Celery: An Update. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 12(1), 606-612.
- Kılıç Büyükkurt, Ö. (2025). Farklı Kurutma Yöntemlerinin Kereviz (*Apium graveolens* L. *rapaceum*) Sap ve Yapraklarının Aroma Profili Üzerine Etkisi. *Çukurova Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 40(1), 181-192.
- Kim, M.-A., Lee, H.-J., Bae, H.-G., Yang, S.-O., Lee, H. J., & Kim, M.-J. (2021). Metabolite Analysis and Anti-Obesity Effects of Celery Seed in 3T3-L1 Adipocytes. *Food Science and Biotechnology*, 30(2), 277–286.
- Kokotkiewicz, A. & Łuczkiwicz, M. (2016). Chapter 37 - Celery (*Apium graveolens* var. *dulce* (Mill.) Pers.) Oils. *Essential Oils in Food Preservation, Flavor and Safety*, pp.325-338.
- Kooti, W., Ali-Akbari, S., Asadi-Samani, M., Ghadery, H., & Ashtary-Larky, D. (2014). A Review on Medicinal Plant of *Apium graveolens*. *Advanced Herbal Medicine*, 1(1), 48-59.
- Kooti, W., Ali-Akbari, S., Asadi-Samani, M., Ghadery, H., & Ashtary-Larky, D. (2015). A Review on Medicinal Plant of *Apium graveolens*. *Advanced Herbal Medicine*, 1(1), 48–59.
- Kwak, S. A., Lee, J. J., & Joo, N. (2025a). Celeriac: a comprehensive exploration of nutritional value, sustainability, and global market trends through food upcycling. *CYTA – Journal of Food*, 23(1), 1-17.

- Kwak, S. A., Lee, J. J., Park, J. H., & Joo, N. (2025b). Phytochemical Profiling and Anti-Inflammatory Effects of Aerial and Underground Parts of *Apium graveolens* var. *rapaceum* (Celery): Potential Health Benefits of Discarded Aerial Parts. *Food Science & Nutrition*, 13, 1-20.
- Lal, S., Mahatma, M. K., Saxena, S. N., Jangir, C. K., Aishwath, O. P., Bhardwaj, V., & Choudhary, M. (2026). Influencing of Drying Methods on Preservation of Colour and Quality Attributes in Celery (*Apium graveolens* L.) and Dill (*Anethum graveolens* L.) Leaves. *Applied Food Research*, 6, 1-18.
- Latinović, S., Šovljanski, O., Grujić, S., Pezo, L., Škrobot, D., Čanadanović-Brunet, J., Cvetković, D., Vasilisin, L., Lakić-Karalić, N., Pećanac, B., Vučić, G., Milošević, M., & Vulić, J. (2025). Blending Tradition and Technology: A Celery–Parsley–Turmeric Formulation for Functional Ingredient Applications. *Processes*, 13, 1-27.
- Li, M. Y., Feng, K., Hou, X. L., Jiang, Q., Xu, Z. S., Wang, G. L., Liu, J. X., Wang, F., & Xiong, A. S. (2020). The Genome Sequence of Celery (*Apium graveolens* L.), an Important Leaf Vegetable Crop Rich in Apigenin in the Apiaceae Family. *Horticulture Research*, 7, 223–253.
- Li, Y., He, W., He, Y., Liu, S., Hu, X., Bian, S., Song, X., Yin, J., Nie, S., & Xie, M. (2025). Fermentation of Celery (*Apium graveolens* L.) with *Lactobacillus plantarum* NCU116: Impact on Physicochemical Properties, Free Amino Acids, and Volatile Aroma Compounds. *Food Bioscience*, 68, 106680.
- Liu, D.-K., Xu, C.-C., Zhang, L., Ma, H., Chen, X.-J., Sui, Y.-C., & Zhang, H.-Z. (2020). Evaluation of Bioactive Components and Antioxidant Capacity of Four Celery (*Apium graveolens* L.) Leaves and Petioles. *International Journal of Food Properties*, 23(1), 1097-1109.
- Mencherini, T., Cau, A., Bianco, G., Loggia, R. D., Aquino, R. P., & Autore, G. (2007). An Extract of *Apium graveolens* var. *dulce* Leaves: Structure of the Major Constituent, Apiin, and Its Anti-Inflammatory Properties. *Journal of Pharmacy and Pharmacology*, 59, 891–897.
- Mezeyová, I., Hegedúsová, A., Mezey, J., Šlosár, M., & Farkaš, J. (2018). Evaluation of Quantitative and Qualitative Characteristics of Selected Celery (*Apium graveolens* var. *dulce*) Varieties in the Context of Juices Production. *Potravinárstvo Slovak Journal of Food Sciences*, 12(1), 173-179.
- Minah, F. N., Anggorowati, D. A., Septani, C. M., & Dewi, R. K. (2024). Post-harvest Technologies of Celery (*Apium graveolens* L.) into Powder: A Comparison of Conventional and Modern Methods. *AIP Conference Proceedings*, 3077(1), 1-8.
- Mitrović, J. S., Nikolić, N. Č., Karabegović, I. T., Todorović, Z. B., Lazić, M. M., & Stojanović, G. S. (2018). The Comparative Study on the Composition of Acylglycerols and Fatty Acids in Celery, Parsnip and Black Radish Roots. *Advanced Technologies*, 7(1), 28-34.

- Nadulski, R., Kobus, Z., & Guz, T. (2020). The Influence of Freezing and Thawing on the Yield and Energy Consumption of the Celeriac Juice Pressing Process. *Processes*, 8(3), 1-13.
- Naghneh, N. S., Rafiei, E., Shahbazi, E., & Gheisari, M. M. (2023). Variation of Volatile Compounds in Celery through Different Vegetative Stages. *Plant Physiology Reports*, 28, 476-480.
- Najda, A., Dyduch, J., Świca, K., Kaplan, M., Papliński, R., Sachadyn-Król, M., & Klimek, K. (2015). Identification and Profile of Furanocoumarins from the Ribbed Celery (*Apium graveolens* L. var. *dulce* Mill. / Pers.). *Food Science and Technology Research*, 21(1), 1-9.
- Narváez-Aldáz, C. & Ordoñez-Araque, R. (2019). Changes in the Pysical-Chemical Composition, Total Polyphenols and Antioxidant Activity of Fresh Celery (*Apium graveolens* L.) Dehydrated by Hot Air and by Lyophilization. *Agriscientia*, 36(2), 57-65.
- Nguyen, M. P. (2020). Study on Feasibility of Tea Production from Celery (*Apium graveolens*). *Research on Crops*, 21(2), 396-401.
- Petrova, I., Petkova, N., Kyobashieva, K., Denev, P., Simitchiev, A., Todorova, M., & Dencheva, N. (2014). Isolation of Pectic Polysaccharides from Celery (*Apium graveolens* var. *rapaceum* D. C.) and Their Application in Food Emulsions. *Turkish Journal of Agricultural and Natural Sciences Special*, 2, 1818-1824.
- Ramachandraiah, K. & Chin, K. B. (2021). Antioxidant, Antimicrobial, and Curing Potentials of Micronized Celery Powders added to Pork Sausages. *Food Science of Animal Resources*, 41(1), 110-121.
- Rizzo, V., & Muratore, G. (2009). Effects of Packaging on Shelf Life of Fresh Celery. *Journal of Food Engineering*, 90(1), 124-128.
- Rizzo, V., Muratore, G., Russo, M. A., Iacona, R., & Belligno, A. (2010). Quality Decay and Shelf-Life Study of Fresh Celery (*Apium graveolens* L.) Grown Under Different Nitrogen Fertilization. *Nature Precedings*, 1-25.
- Rożek, E., Nurzyńska-Wierdak, R., Sałata, A., & Gumieła, P. (2016). The Chemical Composition of the Essential Oil of Leaf Celery (*Apium graveolens* L. var. *secalinum* Alef.) Under the Plants' Irrigation and Harvesting Method. *Acta Sci. Pol. Hortorum Cultus*, 15(1), 147-157.
- Sapei, L., Tarigan, E., Sugiarto, D. N., & Gianluca, D. (2019). Drying of Celery Leaves (*Apium graveolens* L.) using a PV/T Solar Dryer. *IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering*, 703, 1-6.
- Sellami, I. H., Bettaieb, I., Bourgou, S., Dahmani, R., Limam, E., & Marzouk, B. (2012). Essential Oil and Aroma Composition of Leaves, Stalks and Roots of Celery (*Apium graveolens* var. *dulce*) from Tunisia. *Journal of Essential Oil Research*, 24(6), 513-521.

- Selvakumar, R. & Varotariya, K. (2023). Celериac: The unsung Vegetable. *Kerala Karshakan*, 10(11), 4-8.
- Septiana, E., Rahmawati, S. I., Izzati, F. N., Ahmadi, P., Wulandari, D. A., Bustanussalam, B., Warsito, M. F., & Putra, M. Y. (2023). Biological Activity of Celery Extract Using Different Extraction Methods. *Proceedings of the 1st International Conference for Health Research – BRIN (ICHR 2022)*, pp. 312-326.
- Singh, B., Suri, K., Shevkani, K., Kaur, A., Kaur, A., & Singh, N. (2018). Chapter 4 – Enzymatic Browning of Fruit and Vegetables: A Review. *In book: Enzymes in Food Technology*, pp.63-78.
- Sowbhagya, H. B., Srinivas, P., & Krishnamurthy, N. (2010). Effect of Enzymes on Extraction of Volatiles from Celery Seeds. *Food Chemistry*, 120(1), 230–234.
- Sowbhagya, H. B. (2014). Chemistry, Technology, and Nutraceutical Functions of Celery (*Apium graveolens* L.): An Overview. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 54(3), 389–398.
- Sun, Y., Li, M., Li, X., Du, J., Li, W., Lin, Y., Zhang, Y., Wang, Y., He, W., Chen, Q., Zhang, Y., Wang, X., Luo, Y., Xiong, A., & Tang, H. (2023). Characterization of Volatile Organic Compounds in Five Celery (*Apium graveolens* L.) Cultivars with Different Petiole Colors by HS-SPME-GC-MS. *International Journal of Molecular Science*, 24, 1-15.
- Szarek, N., Jaworska, G., & Hanus, P. (2024). Profile of Phenolic Compounds and Antioxidant Activity of Celery (*Apium graveolens*) Juices Obtained from Pulp after α -Amylase Treatment from *Aspergillus oryzae*. *Molecules*, 29, 1-17.
- Tashakori-Sabzevar, F., Razavi, B. M., Imenshahidi, M., Daneshmandi, M., Fatehi, H., Sarkarizi, Y. E., & Mohajeri, S. A. (2016). Evaluation of Mechanism for Antihypertensive and Vasorelaxant Effects of Hexanic and Hydroalcoholic Extracts of Celery Seed in Normotensive and Hypertensive Rats. *Revista Brasileira de Farmacognosia*, 26, 619–626.
- Turner, L., Lignou, S., Gawthrop, F., & Wagstaff, C. (2021a). Investigating the Factors that Influence the Aroma Profile of *Apium graveolens*: A Review. *Food Chemistry*, 345, 128673.
- Turner, L., Lignou, S., Gawthrop, F., & Wagstaff, C. (2021b). Investigating the Relationship of Genotype and Climate Conditions on the Volatile Composition and Sensory Profile of Celery (*Apium graveolens*). *Foods*, 10, 1-25.
- Viña, S. Z. & Chaves, A. R. (2008). Effect of Heat Treatment and Refrigerated Storage on Antioxidant Properties of Pre-Cut Celery (*Apium graveolens* L.). *International Journal of Food Science and Technology*, 43, 44–51.
- Yan, J., Yang, X., He, L., Huang, Z., Zhu, M., Fan, L., Li, H., Wu, L., Yu, L., & Zhu, W. (2022). Comprehensive Quality and Bioactive Constituent Analysis of Celery Juice Made from Different Cultivars. *Foods*, 11, 1-14.

- Yan, J., He, L., Huang, Z., Wang, H., Yu, L., & Zhu, W. (2024a). Investigating the Impact of Origins on the Quality Characteristics of Celery Seeds Based on Metabolite Analysis through HS-GC-IMS, HS-SPME-GC-MS and UPLC-ESI-MS/MS. *Foods*, 13, 1-13.
- Yan, J., Chen, J., Huang, Z., He, L., Wu, L., Yu, L., & Zhu, W. (2024b). Characterization of the Volatile Compounds in Nine Varieties and Three Breeding Selections of Celery Using GC-IMS and GC-MS. *Food Chemistry*, 24, 1-10.
- Zhan, L., Hu, J., Lim, L.-T., Pang, L., Li, Y., & Shao, J. (2013). Light Exposure Inhibiting Tissue Browning and Improving Antioxidant Capacity of Fresh-Cut Celery (*Apium graveolens* var. *dulce*). *Food Chemistry*, 141(3), 2473-2478.

Fonksiyonel ve Coğrafi İşaretli Bir Meyve Olarak Aronya: İşlenmiş Gıda Ürünlerinde Yaban Mersinine Alternatif Olabilir mi?

İrem Çafa¹

Yılmaz Seçim²

Ayşe Büşra Madenci³

Özet

Aronya (*Aronia melanocarpa*), Rosaceae familyasına ait üzüksü bir meyve olup, yüksek polifenolik bileşik içeriği sayesinde “süper meyve” olarak adlandırılmaktadır. Fenolik asitler, antosiyaninler, flavonoller ve diğer biyoaktif bileşenler açısından zengin olan bu meyve, “Yalova Aronyası” olarak coğrafi işaret ile koruma altına alınmıştır. Benzer şekilde, yaban mersini (*Vaccinium myrtillus*), Ericaceae familyasından olup, antioksidan içeriği yüksek üzüksü bir meyvedir ve beslenme ile gıda üretiminde geniş bir kullanım alanına sahiptir. Aronya ve yaban mersini farklı bitki ailelerine mensup olsalar da birçok benzer özellik göstermektedirler. Bu doğrultuda yapılan çalışmada, her iki meyveden elde edilen marmelatlar üzerinde içerik literatür taraması ve benzerlikleri ile farklılıkları ortaya konulmuştur. Elde edilen bulgular sonucunda, işlenmiş gıda ürünlerinde yaban mersini meyvesi yerine coğrafi işaretli aronya meyvesinin rahatlıkla kullanılabileceği gözlemlenmiştir. Ayrıca, yüksek fonksiyonel özelliklere sahip aronya ile yenilikçi gıda ürünleri ve formülasyonların geliştirilmesinin hem sektör hem de ülke ekonomisi açısından önemli katkılar sağlayabileceği öngörülmüştür.

- 1 Öğretim Görevlisi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, icafa@aku.edu.tr, 0000-0003-0439-0512
- 2 Doçent Doktor, Necmettin Erbakan Üniversitesi, ysecim@erbakan.edu.tr, 0000-0002-9112-7650
- 3 Doçent Doktor, Necmettin Erbakan Üniversitesi, bmadenci@erbakan.edu.tr, 0000-0001-9987-6771

1. Giriş

Günümüzde gıdalar, lezzetleri ve besin içeriklerinin yanı sıra sağladıkları fonksiyonel faydalar temelinde de değerlendirilmektedir. Sağlıklı gıda tüketimi bilincinin oluşmasıyla birlikte, tüketicilerin fonksiyonel gıdalara olan ilgisinin ve aynı zamanda bu alanda yapılan araştırmaların son yıllarda artmasına olanak sağlamıştır. Fonksiyonel gıda kategorisinde hem lezzetli olmaları hem de kolay erişilebilirlikleri sayesinde, meyve ve sebzeler en çok tercih edilen seçenekler arasında yer almaktadır (Kalt ve McDonald, 1996).

Meyveler arasında özellikle üzüksü meyveler, doğal antioksidanlar açısından oldukça zengin olup, yüksek antosiyanin içerikleriyle dikkat çekmektedir. Bu üzüksü meyvelerden biri olan aronya, yapısında diyet lifi, organik asitler, şekerler, yağlar, proteinler, mineraller ve vitaminler gibi pek çok faydalı bileşen barındırmaktadır. Aronya, özellikle fenolik maddeler bakımından zengin bir kaynak olarak öne çıkmaktadır (Zhang vd. 2021). Bir diğer önemli fonksiyonel meyve olan yaban mersininin ise yapılan araştırmalar sonucunda fenolik bileşikler açısından zengin bir besin olduğu ortaya konmuştur. Besleyici ve fonksiyonel özellikleri sayesinde yaban mersini meyvesine de yönelen ilgi zaman içinde artmakta ve farklı kullanım alanlarında değerlendirilmektedir (Dölek, 2012).

Aronya, dünya genelinde ve ülkemizde yetiştiriciliği giderek artan bir meyve olup hem bitkisi hem de meyvesi çeşitli şekillerde değerlendirilmektedir. Aronya üzerine yapılan araştırmaların büyük bir kısmı, sağlık üzerindeki olumlu etkilerine odaklanmaktadır. Bu sağlık faydalarının çoğunun, aronyanın zengin polifenol içeriğinden kaynaklandığı literatürde belirtilmektedir. 2015 yılında Gıda Teknolojisi ve Biyoteknoloji alanında yapılan bir incelemede, 143 farklı bitki üzerinde gerçekleştirilen araştırmalar değerlendirilmiş ve aronyanın en yüksek polifenol içeriğine sahip meyve olduğu tespit edilmiştir (Tolic vd., 2015). 2004 yılında gerçekleştirilen bir çalışmada, kolon kanseri hücrelerinin büyümesini engellemede üzüm, aronya ve yaban mersini ekstrelerinin etkileri incelenmiş, tüm ekstraların kanser hücrelerinin büyümesini inhibe ettiği, ancak aronyanın en güçlü etkiye sahip meyve olduğu belirlenmiştir (Olsson vd., 2004). Ayrıca Jurikova vd. (2017), yapmış oldukları çalışmada aronya meyvesinin antioksidan aktivitesinin yüksek olduğunu, fenolik bileşiklerinin değerli bir kaynak teşkil ettiğini, ayrıca antosiyanin ve prosiyanidin içeriğinin sağlık üzerinde önemli etkilere sahip olduğunu vurgulamıştır. Tokatlı ve Küpcü (2024) ise aronya meyvesi ve bu meyveden üretilen geleneksel reçel ile marmelatın fizikokimyasal ve fitokimyasal özelliklerini belirlemeye yönelik çalışmalar gerçekleştirmiştir. Literatürde yer alan bu bulgular, aronyanın hem

sağlık hem de gıda endüstrisi açısından önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir.

Bu çalışmada aronya meyvesi ve yaban mersini ile geleneksel aronya ve yaban mersini marmelatı üretilerek, numunelerin bazı fonksiyonel ve fiziksel özelliklerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Üretilen numuneler üzerinde toplam antioksidan, toplam fenolik bileşik, renk ve tekstür analizleri gerçekleştirilerek iki farklı meyveden elde edilen marmelatların içerikleri kıyaslanmıştır. Bu kapsamda birbirine benzer fonksiyonel ve besleyici özelliklere sahip olan iki meyvenin kimyasal içerikleri değerlendirilmiş olup, aronya meyvesinin kullanım alanlarının ve bilinirliğinin artırılması hedeflenmiştir.

2. Literatür Taraması

2.1. Aronya

Aronya (*Aronia melanocarpa*), Rosaceae (Gülgiller) familyasına ait, ılıman iklimlerde yetişen üzümzü bir meyvedir. Bu cins içerisinde siyah kuş üzümü (*Aronia melanocarpa*), mor kuş üzümü (*Aronia prunifolia*) ve kırmızı kuş üzümü (*Aronia arbutifolia*) olmak üzere toplamda üç türünün bulunduğu bilinmektedir (Kokotkiewicz vd., 2010; Zhang vd., 2021). Avrupa’da en yaygın aronya çeşitleri arasında ‘Aron’ (Danimarka), ‘Nero’ (Çek Cumhuriyeti), ‘Viking’ (Finlandiya) ve ‘Rubin’ (Rusya) gibi çeşitler yer almaktadır (Šnebergrová vd., 2014; Hao vd., 2014). Ayrıca dünya genelinde ‘Kurkumachki’ (Finlandiya), ‘Hugin’ (İsveç), ‘Fertödi’ (Macaristan) ‘Albigowa’, ‘Dabrowice’, ‘Egerta’, ‘Kutno’, ‘Nova’ ‘Wies’, ‘Hakkija’, ‘Ahonnen’, ‘Serina’, ‘Autum Magic’, ‘McKenzie’, ‘Morton’, ‘Galicjanka’ (Polonya) gibi çeşitlerinin de bulunduğu bilinmektedir (Poyraz Engin, 2018).

Aronya bitkilerinin türü, meyvelerinin rengine göre ya da meyvesiz olduklarında gövde, çiçek salkımı ve yapraklardaki tüylülük durumuna göre de belirlenebilmektedir. Aronya meyvesi, siyah kuş üzümüne benzer bir görünüme sahiptir ancak boyutu kuş üzümünden biraz daha büyüktür. Küçük taneli ve koyu renkli olan aronya meyvesinin, sert, biraz acımsı ve mayhoş bir tada sahip olduğu bilinmektedir (Brand, 2010). Olgunlaşmanın ilk aşamasında yeşil renkte ve yoğun tüylerle kaplı olan aronya meyvesinin, gelişmeye devam ettikçe üzerindeki tüylerin azaldığı ve meyve yüzeyinin mumsu bir yapıyla kaplandığı görülmektedir. İkinci aşamada meyvede renk değişimi başlamakta, üçüncü aşamada meyve pembe renge dönmekte, dördüncü aşamada pembe-mor bir renk almakta ve beşinci aşamada meyve rengi mor-siyah bir tona ulaşmaktadır. Altıncı ve son aşamada ise meyve tam olgunluğa erişmekte ve tamamen siyah renge dönmektedir. Ancak rengi siyaha ulaştıktan sonra dahi

meyvede olgunlaşma devam edebilmekte ve meyve büyüklüğü artabilmektedir (Poyraz Engin ve Boz 2019).



Şekil 1. Aronya Bitkisi ve Aronya Çiçeği (Yurtkulu, 2022).

Yetiştirilmesi oldukça kolay bir bitki olan aronya hemen her toprak tipinde ve her yükseklikte gelişebilmektedir. Genellikle 1,5-2 metre uzunluğunda bir funda şeklinde büyümektedir (Özdiz ve Pırlak, 2022). Nemli, güneşli veya kısmen güneş alan yerlerde en iyi şekilde gelişir, soğuğa karşı dayanıklıdır ve -25°C kadar soğuğa direnç gösterebilmektedir. Aronya, yavaş büyüyen bir bitki olmasına rağmen ikinci veya üçüncü yılında meyve vermeye başlamaktadır. Maksimum gelişimine 10 yaşında ulaşmakta ve bu dönemde bitki başına ortalama 8-10 kg meyve verebilmektedir. Meyveler genellikle elle, bazen de mekanik olarak hasat edilmektedir. Eylül ayından Ekim ayına kadar hasadı yapılabilen aronyanın çürüme ya da kurtlanma sorunu olmamakla birlikte ve dalından kopması da zor olması sebebiyle, olgunlaşmış meyveler uzun süre dalında bırakılabilmektedir (Özder, 2020).



Şekil 2. *Aronya Meyvesi* (Yurtkulu, 2022).

İlk kez aronyanın, 1803 yılında Fransız botanik bilimci Andre Michaux tarafından *Mespilus arbutifolia* var. *melanocarpa* adıyla tanımlandığı bilinmektedir (Walther ve Müller, 2012). Anavatanı Kuzey Amerika ve Doğu Kanada olan ve “siyah chokeberry” adıyla da bilinen aronya meyvesi, 20. yüzyılın ortalarından itibaren tüketilmeye başlanmıştır. İlk olarak Kuzey Amerika’da yerli halk tarafından kışlık yiyecek olarak kullanılan aronya, soğuk algınlığı tedavisinde çay olarak içilmiş, peksimet yapımında değerlendirilmiş ve taze meyve olarak da tüketilmiştir (Smith, 1933; Kokotkiewicz vd, 2010). Sonbaharda kırmızı yaprakları sayesinde, özellikle Avrupa ve Asya ülkelerinde süs bitkisi olarak yetiştirilmektedir. 1940’lardan önce de peyzaj bitkisi olarak kullanılan aronya, ilkbaharda beyaz çiçekleri, yaz ve sonbaharda kırmızı ve siyah meyveleriyle estetik bir değere sahip olmaktadır. Sonbaharda yapraklarının kırmızıya dönmesi, süs bitkisi olarak büyük bir potansiyele sahip olmasını sağlamaktadır (Tokuşoğlu, 2018).

Aronyanın sağlık alanındaki faydaları nedeniyle 1900’lü yıllarda üretimine başlanmış ve Almanya’nın aracılığıyla ilk kez Rusya’da da yetiştirilmiştir. Ticari üretimi ise 1950’lerde Doğu Avrupa ülkelerinde başlamış, o zamandan beri bu ülkelerde ve Almanya’da yoğun olarak aronya meyvesi yetiştirilmeye devam edilmektedir (Kulling ve Rawel, 2008). 1976 senesinde Japonya’ya tanıtılmasının ardından aronya, 1980’li yıllarda Bulgaristan, Çekoslovakya, Polonya, Slovenya, Danimarka ve Finlandiya’da da yetiştirilmeye başlanmıştır (Kokotkiewicz vd., 2010; Walther ve Müller, 2012). Yetiştirilmesinin geniş bir alana yayılmasının ardından ise 2009 yılında Amerika’da Orta Batı Aronya Birliği kurulmuştur. Birlik çatısı altında her yıl aronya yetiştiriciliğinin artırılması amacıyla toplantılar ve etkinlikler düzenlenmektedir (Poyraz Engin, 2018).

Türkiye’de aronya yetiştiriciliği için Ar-Ge çalışmaları, 2012 yılında Atatürk Bahçe Kültürleri Merkez Araştırma Enstitüsü’nde başlatılmıştır. 2014 yılında Yalova ve Kırıkkale’de, 2017 yılında ise Manisa, Çanakkale, Samsun, İstanbul, Antalya ve Bursa’da aronya bahçeleri kurulmaya başlanmıştır. Aynı yıl, bitkinin agromorfolojik özelliklerini ve meyvenin biyokimyasal yapısını araştıran bir proje, Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü (TAGEM) tarafından desteklenmiştir (Kulling ve Rawel, 2018; Poyraz Engin ve Boz, 2019). Aronya yetiştiriciliği çalışmaları 2017 yılında Enstitü tarafından başlatılmış, aynı yıl 2 aronya çeşidi tescil ettirilmiş ve sertifikalı fidanların üretimi yapılmıştır. İlk aronya hasat şenliği de bu dönemde düzenlenmiştir. 2018 ve 2019 yıllarında ise Kırklareli, Ankara, Bursa, İzmir, Çanakkale, Bolu, Trabzon, Giresun, Kırşehir ve Tekirdağ’da aronya yetiştiriciliği çalışmalarına devam edilmiştir (Tokatlı ve Küpcü, 2024).

Tablo 1. Türkiye’deki Aronya Üretim Alanları ve Fidan Sayısı

Şehirler	Fidan Sayısı (Adet)	Üretim Alanı (dekar)
Kırklareli	52.000	240
Bursa	23.500	141
Manisa	15.000	90
Kırşehir	8.000	48
Yalova	8.000	48
Çanakkale	7.000	42
Samsun	6.000	36
İzmir	5.000	30
Ordu	3.000	18
Antalya	3.000	18
İstanbul	3.000	18
Bolu	2.000	12
Ankara	2.000	12
Sakarya	1.500	9
Giresun	1.000	6
Çorum	500	3
Amasya	500	3
Tekirdağ	500	2
Trabzon	300	1
Toplam	129.800	777

Kaynak: (Yurtkulu, 2022).

Organik aronya sertifikasyonu için 2019 yılında 13 Türk çiftçi, toplamda 17 dekar alan için başvuruda bulunmuş olup, başvurunun kabul edilmesinin ardından 2020 yılında Yalova’da 11.000 adet aronya fidanı dağıtılmıştır. Türkiye’deki en büyük aronya üretim alanı 240 dekarla Kırklareli’de

bulunurken, bunu 141 dekarla Bursa ve 90 dekarla Manisa takip etmektedir. Kurutma, meyve suyu ve gıda takviyesi firmaları, üretilen aronya ürünlerine büyük ilgi göstermektedir. Türkiye’de üretimin artmasıyla birlikte bu alandaki sanayinin de daha fazla gelişme gösterdiği bilinmektedir. Üretim ağının ve meyveye olan talebin artmasıyla ürün üzerinde yapılan akademik çalışmalar da gün geçtikçe artmaktadır. Bu çalışmalar üzüksü meyveler arasında yer alan aronyanın, antioksidan kapasitesi ve antosiyanin miktarı açısından oldukça yüksek değerlere sahip olduğunu göstermiş olup, bu bulgular üzerine aronya yetiştiriciliğini geliştirme çalışmalarında da artış meydana gelmiştir (Poyraz Engin ve Boz, 2019).

Aronya, birçok uzman tarafından “dünyanın en sağlıklı meyvesi” olarak kabul edilmekte olup “süper meyve” olarak adlandırılmaktadır. Yüksek miktarda antosiyanin ve flavonoid içerdiği gibi, antioksidanlar, fenoller, mineraller ve vitaminler açısından da oldukça zengindir. Bu maddelerin kalp hastalıklarını ve kanseri önleme potansiyeline sahip olduğu belirtilmektedir (Michalak, 2015; Jurikova vd., 2017). Aronyanın içerdiği pigmentler, güçlü hücre koruyucu özelliklere sahip olup, kronik hastalıkların gelişimini azaltabilecek anti-enflamatuar etkiler göstermektedir. Bilim insanları, aronya içinde kafeik asit, siyanidin-3 galaktozid, delfinidin, epikateşin ve malvidin gibi özel bileşenler tespit etmişlerdir (Sosnowska vd., 2016; Bolling vd., 2015). Bu bileşenler, anti-bakteriyel, anti-viral ve anti-diyabetik özelliklere sahip olup, arteriyel plak oluşumunu engellemekte, serum kolesterolünü düşürmekte ve karaciğeri toksinlere karşı korumaktadır. Ayrıca, aronya kan şekerini düşürerek vücudun doğal insülin üretimini de arttırabilmektedir. İçerdiği bazı bileşikler ise doğal kanser savaşçıları olarak bilinmektedir (Oszmianski, 2016).

Günümüzde gıda endüstrisinde popüler olan endüstriyel boyalarda yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu endüstriyel boyalar, kalp veya kanser hastalığı da dahil olmak üzere çeşitli hastalıkların gelişmesine neden olabileceği için kullanılabilecek en değerli doğal pigmentlerden biri, aronyada bol miktarda bulunan antosiyaninlerdir (Gilewicz-Łukasik vd., 2007). Kullanım alanı bakımından geniş bir yelpazesi bulunan aronya; Litvanya’da şarap üretiminde, Polonya’da reçellere ve meyve sularına eklenmekte veya kara frenk üzümü gibi diğer besinlerle harmanlanmış bir bitki çayı yapmak için kurutulmaktadır. Bosna-Hersek’te ise, aronya meyvesi taze ya da dondurulmuş olarak satılmakta olup meyve sularına, reçellere veya çaylara eklenmektedir. Aronya içecekler veya yoğurtlar için bir tatlandırıcı veya renklendirici olarak kullanılabilir. Meyve suyuna ek olarak ekmeklerle ve diğer fırıncılık ürünleriyle de pişirilebilmektedir. Ayrıca aronya suyu konsantresi, Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada’da üretilen meyve suyu karışımlarında da tatlandırıcı ve aroma verici olarak kullanılmaktadır (Özdiz ve Pırlak, 2022; Şahin ve Erdoğan, 2022).

2.2. Yaban Mersini

Yaban mersini (*Vaccinium spp.*), üzüksü meyveler grubunda yer alan ılıman iklim koşullarında yetişen bir bitki türü olarak bilinmektedir (Çelik, 2004). Bu meyve, botanik açıdan fundagiller (*Ericaceae*) familyasına ait olup *Vaccinium* cinsine dahil edilmektedir (Michalska ve Łysiak, 2015). Yaban mersini, dünya çapında Kuzey Amerika ve Avrupa bölgesinde yaygın olarak yetiştirilen yaklaşık 450 türden oluşmaktadır (Skupien, 2006; Su, 2012; Zhang vd., 2016). Türleri arasında yüksek boylu (blueberry, *Vaccinium corymbosum*), güney yüksek boylu (*Vaccinium virgatum*, *V. corymbosum* ve *Vaccinium darrowii* melezleri), düşük boylu (*Vaccinium angustifolium*), tavşangözü (*Vaccinium ashei*), turnayemişi (cranberry, *Vaccinium macrocarpon*), çay üzümü (caucasian whortlenberry, *Vaccinium arctostaphylos*), çoban üzümü (bilberry, *Vaccinium myrtillus*) ve kekreyemiş (lingonberry, *Vaccinium vitis-idea*) gibi sınıflandırmalar bulunmaktadır. Türkiye’de ise yaban mersini meyvesinin sadece dört türü (*V. vitis-idea*, *V. uliginosum*, *V. myrtillus* ve *V. arctostaphylos*) doğal olarak yetişmektedir (Zorenc vd, 2016; Ayaz vd., 2001; Çelik, 2013).



Şekil 3. Yaban mersini meyvesinin olgunlaşma evreleri (İstek, 2017).

Yaban mersini, kışın yapraklarını döken bir bitki türüdür ve büyümesi için pH seviyesi 4,7-5,2 arasında olan asidik topraklara ihtiyaç duyar. Bitkinin yetiştirme süreci yaklaşık 160 gün sürmekte olup, bahar aylarında çiçeklenebilmesi

için 27-35 gün boyunca 0-7°C arasında bir soğuklama dönemine gereksinim duyar. Yaban mersini, -20°C ile -40°C arasındaki düşük sıcaklıklara kadar dayanıklılık gösterebilmektedir. Dikimden sonra üçüncü yılda meyve vermeye başlayan bitki, beşinci yılda tam verim dönemine ulaşır ve her bir ağaç 7,5 ila 15 kg arasında meyve üretebilir (Çelik, 2004).

Yaban mersini yetiştiriciliği, 1906 yılında Amerika’da başlamış ve günümüzde pek çok çeşit ile devam etmektedir. Türkiye’de ise bu tarımsal faaliyetler 2000’li yılların başlarında Rize’de başlamıştır (Çelik, 2006). Yetiştiricilik, genellikle Karadeniz Bölgesi’nde (Bolu, Zonguldak, Samsun, Giresun, Kastamonu, Artvin, Trabzon gibi iller), Marmara Bölgesi’nde (Bursa, Balıkesir, İstanbul, Sakarya, Kocaeli gibi iller) ve bazı Doğu Anadolu illerinde (Erzurum, Ardahan) yapılmaktadır (Yıldız, 2012).

Türkiye’de farklı bölgelerde yaban mersini, çeşitli adlarla anılmaktadır. Örneğin, Ardahan’da mosi, Rize’de likapa, Trabzon’da ligarba, Karakavuz’da çalı çileği, Rize’nin Pazar ilçesinde kaskanaka, Rize’nin Ardeşen ilçesinde çera (çela), Artvin’de morsvi, mahabak veya mesi, Giresun’da çalı çiçeği, Ordu’da cırtlık çileği ve Yozgat’ta ise köpek üzümü olarak adlandırılmaktadır. Türkiye’nin diğer bölgelerinde ise ayı üzümü, çay üzümü veya çoban üzümü isimleriyle de bilinmekte olup, literatürde “yaban mersini” adıyla yer almaktadır.

Yaban mersini, yüksek antioksidan kapasitesi ve zengin antosiyanin ile diğer fenolik bileşik içeriği sayesinde taze meyve ve sebzeler arasında öne çıkan bir besindir (Prior vd., 1998). Son yıllarda besin değerleriyle dikkat çeken bu meyvenin, artan tanınırlığı ve tüketim talebi sayesinde üretimi de hızla yaygınlaşmaktadır. Tüketiminin artmasının temel sebebi, fitokimyasallar bakımından oldukça zengin bir içeriğe sahip olmasıdır. Fenolik bileşikler, flavonoidler ve antosiyaninlerin sağlık üzerindeki olumlu etkileri bilimsel çalışmalarla kanıtlanmıştır. Sodyum içermeyen yaban mersini, potasyum açısından zengin bir kaynaktır ve bu özelliğiyle kalp ritmini düzenleyerek kalp sağlığını desteklemektedir. İçerdiği sakaroz oranının %3, glikozun %48 ve fruktozun %49 olması kan şekeri seviyesinin dengelenmesine yardımcı olmakta, aynı zamanda kurutularak şeker hastaları için doğal bir tatlandırıcı olarak kullanılabilme imkânı sağlamaktadır (Çelik, 2008).

İçeriğinde yer alan C vitamini, kateşin, kuarsetin, klorojenik asit, mirisetin, epikateşin, prosiyanidin ve resveratrol gibi fenolik bileşikler de antioksidan özellikleriyle yaban mersininin sağlık üzerindeki etkilerini artırmaktadır (Giovanelli ve Buratti, 2008). Bu bileşenler koroner kalp hastalıkları riskini azaltmakta ve pankreas hücrelerini glukoz kaynaklı oksidatif strese karşı korumaktadır (Norberto vd., 2013; Michalska ve Łysiak, 2015). Aynı zamanda yapılan çalışmalarda içeriğinde bulunan düşük yoğunluklu kolesterolün

oksidasyonunu engellediği ve kolesterole bağlı ateroskleroz riskini azalttığı tespit edilmiştir. Araştırmalar, yaban mersini tüketiminin vücuttaki yağ oranını düşürdüğünü, kilo kaybını teşvik ettiğini ve insülin direncini azalttığını göstermektedir. Alzheimer hastalığı üzerinde de olumlu etkiler sağladığı ve yaşlanmaya bağlı hafıza kayıplarını azalttığını da belirtilmiştir (Krikorian vd., 2010; Nile ve Park, 2014).

Yaban mersini çeşitli sağlık sorunlarının tedavisinde kullanılabilmektedir. İdrar yolu enfeksiyonlarına karşı doğal bir antibiyotik etkisi gösterdiği, kansere karşı koruyucu enzimleri aktive ettiği, damar tıkanıklığını önlediği ve yağlı bileşiklerin vücuttan atılmasına yardımcı olduğu literatürde belirtilmektedir. Aynı zamanda lösemi ve kolon kanseri hücrelerini öldürme potansiyeline sahip olduğu bilinmektedir. Ayrıca kapiller yetmezlik, hemoroit, bağırsak enfeksiyonlarına bağlı ishal, kusma ve kanamalarda içilerek; ağız ve boğaz yaralarında gargara şeklinde, yara ve yanıklarda ise haricen kullanılabilmektedir. Geleneksel olarak ise astringen, antiseptik ve tonik şeklinde kullanımının faydalı olduğu düşünülmektedir (Çelik, Cangi ve İslam, 2004).

Yaban mersini, diğer üzümsü meyvelere kıyasla daha dayanıklı bir yapıya sahiptir. Uygun yöntemlerle hasat edildiğinde, tazeliğini 2-4 hafta arasında koruyabilmektedir. Taze olarak 7-10 gün muhafaza edilebilen yaban mersini, şoklanarak ya da konserve edilerek daha uzun süre saklanabilmektedir. Taze, şoklanmış veya işlenmiş olarak tüketilen bu meyve günümüzde tatlı, kek, pasta, marmelat, pekmez, meyve suyu, dondurma ve şarap gibi birçok ürünün yapımında sıklıkla kullanılmaktadır (Lokumcu, 2012).

3. Materyal ve Metot

Çalışmada kullanılan aronya ve yaban mersini, Ağustos-Ekim ayları arasında hasat edildiği ve Yalova'da yetiştirildiği bilinen Taze Dükkân firmasından internet üzerinden temin edilmiştir. Satın alınan ürünler, marmelat üretimi gerçekleştirilene kadar -18°C'de saklanmıştır. Kullanılmadan önce de +4°C'de 12 saat bekletilerek çözülmesi sağlanmıştır.

Numune olarak kullanılacak marmelatların hazırlanmasında standardizasyonun sağlanabilmesi için Türk Gıda Kodeksi Reçel, Jöle, Marmelat ve Tatlandırılmış Kestane Püresi Tebliği'nde (TEBLİĞ NO: 2006/55) yer alan geleneksel marmelat üretimi temel alınmıştır. Bu kapsamda aronya ve yaban mersini marmelatlarının hazırlanmasında 200 gr taze meyve, 200 gr şeker ve 100 ml su kullanılmış olup, marmelatlar 30 dakikalık pişirme süresinin ardından kavanozlara alınarak hava almayacak şekilde kapakları kapatılmış ve soğumaları beklenmiştir.

Çalışma kapsamında analizler, Afyon Kocatepe Üniversitesi Gıda Kontrol Uygulama ve Araştırma Merkezi tarafından paralelli şekilde çift tekerrürlü olarak yapılmış olup, numunelerin her birine (A1: aronya 1. tekerrür, A2: aronya 2. tekerrür, YM1: yaban mersini 1. tekerrür, YM2: yaban mersini 2. tekerrür) renk analizi, Toplam Antioksidan Aktivite Tayini (DPPH metodu), Toplam Fenolik Madde Tayini ve tekstür analizi gerçekleştirilmiştir. Analizler sonucu elde edilen veriler arasında ortalamalar açısından fark olup olmadığını araştırmak için t-testi uygulanmıştır.

4. Bulgular ve Tartışma

Yapılan analizler sonucunda elde edilen veriler, benzerlik ve farklılıkları açısından değerlendirilerek aşağıda yer alan tablolarda açıkça belirtilmiştir.

Tablo 2. Aronya ve yaban mersin marmelatlarının Toplam Antioksidan Aktivite Tayini (DPPH metodu) % DPPH sonuçları (mean $\pm$ standard deviation/ortalama $\pm$ standart sapma)

	Toplam Antioksidan Değeri (% DPPH)	Toplam Antioksidan Değeri (mg TE/g DPPH)	Toplam Fenolik Madde Değeri (mg gallik asit/ml)*
Aronya	84,7750 $\pm$,67175	1,0600 $\pm$,00707	,1769 $\pm$,01371
Yaban Mersini	68,8750 $\pm$,53033	,8600 $\pm$,00707	,0840 $\pm$,02231

**2 g reçel örneği alınıp 50 ml metanolde ultrasonik banyoda ekstrakte edilmiştir.*

Tablo 2'deki verilere göre aronya meyvesi, yaban mersinine kıyasla daha yüksek serbest radikal yakalama kapasitesine sahiptir. Bu durum, aronya meyvesinin antioksidan etkinlik açısından daha güçlü bir profile sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Antioksidan özelliklerin temel belirleyicisi olan fenolik bileşikler açısından da aronya, yaban mersinini geride bırakmaktadır.

Tablo 3. Aronya ve yaban mersini marmelatlarının renk analizi sonuçları (mean $\pm$ standard deviation/ortalama $\pm$ standart sapma)

	L^*	a^*	b^*
Aronya	22,44 $\pm$,017	1,77 $\pm$,067	,93 $\pm$,031
Yaban Mersini	22,39 $\pm$,148	2,42 $\pm$,254	1,13 $\pm$,074

L değeri, rengin açıklık seviyesini ifade etmekte ve veriler, aronya ile yaban mersini arasında bu açıdan belirgin bir fark olmadığını göstermektedir. a değeri, pozitif olduğunda kırmızı, negatif olduğunda yeşil tonlarını ifade etmektedir.

Yaban mersininin a değeri, aronyadan daha yüksektir, bu da yaban mersininin daha belirgin kırmızı tonlarına sahip olduğunu, aronya meyvesinin ise daha az kırmızımsı bir renkte olduğunu göstermektedir. b değeri ise pozitif olduğunda sarı, negatif olduğunda mavi tonlarını ifade etmektedir. Yaban mersininin b değeri aronyadan daha yüksek olup, yaban mersininin renk profilinde daha fazla sarı ton bulunduğunu, aronya meyvesinin ise daha mavi tonlara yakın olduğunu ortaya koymaktadır. Tüm bu veriler kapsamında, aronya ve yaban mersininin farklı renk özelliklerine sahip olduğunu ve bu farklılıkların meyvelerin olgunluk durumu, işleme yöntemi ve kullanım alanları üzerinde etkili olabileceğini göstermektedir.

Tablo 4. Aronya ve yaban mersin marmelatlarının tekstür analizi sonuçları
(mean $\pm$ standard deviation/ortalama $\pm$ standart sapma)

	Hardness/ Sertlik	Adhesiveness/ Yapışkanlık	Springiness/ Esneklik	Gumminess/ Sakızimsılık	Chewiness/ Çiğnenebilirlik	Resilience / Elastikiyet
Aronya	100,71 $\pm$ 6,107	-8,91 $\pm$ 10,91	3,28 $\pm$ 3,302	66,92 $\pm$ 8,31	240,09 $\pm$ 241,910	,30 $\pm$,034
Yaban Mersini	245,29 $\pm$ 94,591	-108,25 $\pm$ 43,10	,96 $\pm$,002	206,14 $\pm$ 93,018	199,77 $\pm$ 90,625	,07 $\pm$,001

Tablo 4'te aronya ve yaban mersini meyvelerine ait doku özellikleri analiz edilmiştir. Yaban mersini, sertlik ve sakızimsılık açısından aronya ile kıyaslandığında daha yüksek değerlere sahip olduğu görülmektedir. Bu durum, yaban mersininin daha yoğun ve sert bir dokuya sahip olduğunu göstermektedir. Yapışkanlık parametresi açısından ise yaban mersini, daha negatif bir değere sahiptir ve bu da yüzeye daha güçlü bir yapışma eğilimi gösterdiğini ifade etmektedir.

Aronya, esneklik ve elastikiyet bakımından yaban mersinine üstünlük sağlamaktadır. Bu durum, aronya meyvesinin sıkıştırıldığında yapısal bütünlüğünü daha iyi koruyabildiğini ve eski haline dönme kapasitesinin daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Çiğnenebilirlik açısından aronya daha yüksek bir ortalama değere sahip olmakla birlikte, bu parametre geniş bir değişkenlik göstermektedir. Yaban mersini ise daha tutarlı bir çiğnenebilirlik profili sunmaktadır.

Tablo 5. Aronya ve yaban mersini marmelatlarının analizler sonucunda elde edilen P değerleri

	P Değerleri
Toplam Antioksidan Değeri (% DPPH)	,00*
Toplam Antioksidan Değeri (mg TE/g DPPH)	,00*
Toplam Fenolik Madde Değeri (mg gallik asit/ml)	,04*
Hardness/Sertlik	,16
Adhesiveness/Yapışkanlık	,09
Springiness/Esneklik	,43
Gumminess/Sakızimsılık	,17
Chewiness/Çiğnenebilirlik	,85
Resilience /Elastikiyet	,01*
<i>L</i> *	,67
<i>a</i> *	,07
<i>b</i> *	,07

* İstatistiksel olarak anlamlı sonuçlar bulunduğunu ifade etmektedir ($P < 0.05$).

Aronya ve yaban mersini marmelatları üzerinde yapılan varyans analiz sonuçlarına göre toplam antioksidan değeri, toplam fenolik madde değeri ve tekstür analizi sonuçlarında yer alan elastikiyet parametrelerinde $P < 0.05$ düzeyinde anlamlı sonuçlar elde edildiği belirlenmiştir (Tablo 5).

5. Sonuç

Farklı iklim ve toprak koşullarına yüksek adaptasyon yeteneği sayesinde aronya, dikiminden hemen sonraki yıl meyve vermeye başlamasıyla birlikte yüksek verim sağlayabilmektedir. Bu da onun iyi fiyatlarla alıcı bulmasına ve yüksek oranda satış potansiyeline sahip olmasına olanak tanımaktadır. Bu sayede aronya yetiştiriciliği hem Türkiye’de hem de dünyada artış göstermektedir. Türkiye’de özellikle son yıllarda Tarım ve Orman Bakanlığı’nın sertifikalı fidan ve kredi desteği ile yeni aronya bahçeleri hızla kurulmakta ve bu yetiştiricilik yaygınlaşmaktadır. Ayrıca, “Yalova Aronyası”nın coğrafi işaret ile tescillendirilmiş olması da ürünün bilinirliğini arttıran en önemli unsurlardan biridir. Aronyanın bilinirliğinin artmasıyla birlikte yapılan bilimsel çalışmalar, aronya meyvesinin kimyasal bileşimi ve biyoaktivitesinin güçlü antioksidan özelliklere sahip olduğunu, antikanser, kardiyolojik ve antimutajenik aktiviteleri ile kronik hastalıklardaki olumlu etkilerini ortaya koymaktadır.

Bu çalışmada, yüksek besin içeriklerine sahip aronya ve yaban mersini meyvelerinden geleneksel marmelat üretimi gerçekleştirilmiş ve bu marmelatların bazı fizikokimyasal ve fitokimyasal özellikleri incelenmiştir. İki meyvenin özellikleri kıyaslandığında, aronya'nın antioksidan kapasitesi, fenolik madde içeriği ve serbest radikal temizleme etkinliği açısından yaban mersininden daha üstün bir besin kaynağı olduğu gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, yaban mersininin de dikkate değer bir antioksidan kapasiteye sahip olduğu ve sağlıklı beslenmede önemli bir rol oynadığı anlaşılmaktadır.

Araştırma bulguları, her iki meyvenin doku özellikleri bakımından farklı kullanım alanlarına uygunluk gösterdiğini ortaya koymaktadır. Aronya, daha yumuşak ve elastik yapısıyla taze tüketim veya işlenmiş ürünlerde tercih edilirken, yaban mersini sert ve yoğun dokusu sayesinde pişirme ve fırıncılık uygulamalarında avantaj sunmaktadır. Bu kapsamda değerlendirildiğinde iki meyvenin de gıda üretimi aşamasında birbirinin yerine kullanılabileceğini, yaban mersini veya herhangi bir üzümse meyvenin yerine coğrafi işaretli bir ürün olan aronyanın rahatlıkla işlenmiş ürünlerde yer alabileceğini kanıtlamaktadır. Ayrıca aronyanın yerel üretim ağının geniş olması sebebiyle de gıda üretiminde kullanılırken erişimin kolaylığı, işlenmiş gıda üretimde çeşitli faydalar sağlayacaktır. Aronya'nın taze tüketiminin yanı sıra işlenerek değerlendirilmesi, Türkiye'de ve dünyada aronya yetiştiriciliğine olan ilgiyi artıracaktır. Yüksek fonksiyonel özelliklere sahip aronya meyvesinden üretilen marmelatların kalitesinin belirlenmesi, bu tür ürünlerin endüstriyel ölçekte üretiminin standardize edilmesine, pastacılık ve fırıncılık ürünlerinde kullanılabilirliği sayesinde yeni ürünlerin piyasaya kazandırılmasına ve dolayısıyla ülke ekonomisine katkı sağlamasına yardımcı olacaktır. Literatürde yer alacak yeni çalışmalarda, aronya kullanılarak üretilen gıda ürünlerinin ve yenilikçi formülasyonların geliştirilmesinin önemi vurgulanmalıdır.

Kaynakça

- Ayaz, F. A., Kadioğlu, A., Bertoft, E., Acar, C. ve Turna, G. (2001). Effect of fruit maturation on sugar and organic acid composition in two blueberries (*Vaccinium arctostaphylos* and *V. myrtillus*) native to Turkey. *New Zealand Journal of Crop and Horticultural Science*, 29: 137-141.
- Bolling, B. W., Taheri, R., Pei, R., Kranz, S., Yu, M., Durocher, S. N. ve Brand, M. H. (2015). Harvest date Aronya juice affects polyphenols, sugars and antioxidant activity, but not anthocyanin stability. *Food Chem.*, 187: 189-196.
- Brand, M. (2010). Aronia: Native shrubs with untapped potential. *Arnoldia*, 67(3):14-25.
- Çelik H., Cangi R. ve İslam A. (2004). Rize ve Trabzon çevresinde yetişebilecek alternatif ürünler. *Gıda*, 6: 26-30.
- Çelik, H. (2004). Türkiye için yeni bir meyve: LİKAPA üzümü meyvelerin kralıdır, *Hasad Aylık Gıda, Tarım ve Hayvancılık Dergisi*, 20(235): 42-51.
- Çelik, H. (2006). Karadeniz bölgesi için yeni bir meyve türü yaban mersini (likapa). II. Ulusal Üzümü Meyveler Sempozyumu, 124-128.
- Çelik, H., (2008). Yaban mersini (likapa) yetiştiriciliği. Artvin’de Yaban Mersini (Likapa) Yetiştiriciliği Eğitimi Projesi, AÇÜ Orman Fakültesi Dekanlığı, Ders Notu, DOKAP LDI-172, 103, Artvin.
- Çelik, H. (2013). Maviyemiş. *Bahçe Haber*, 2 (1).
- Dölek, P. (2012). Mikrokapsüllenen yaban mersini ekstraktının dondurma ve in vitro koşullarda antioksidan kapasitesinin belirlenmesi (yüksek lisans tezi), Harran Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Şanlıurfa.
- Gilewicz-Łukasik, B., Koter, S. ve Kurzawa, J. (2007). Concentration of anthocyanins by the membrane filtration, Separation and Purification Technology, 57(3): 418-424.
- Giovanelli, G. ve Buratti, S. (2008). Comparison of polyphenolic composition and antioxidant activity of wild Italian blueberries and some cultivated varieties. *Food Chemistry*, 112, 903–908.
- Hao, M. L., Pan, N., Zhang Q. H. ve Wang X. H. (2015). Therapeutic efficacy of chlorogenic acid on cadmium-induced oxidative neuropathy in a murine model. *Experimental and Therapeutic Medicine*, 9: 1887-94.
- İstek, N. ve Gürbüz, O. (2017). Investigation of the impact of blueberries on metabolic factors influencing health. *Journal of Functional Foods*. 30: 298-307.
- Jurikova, T., Mlcek, J., Skrovankova, S., Sumczynski, D., Sochor, J., Hlavacova, I., Snopek, L. ve Orsavova, J. (2017). Fruits of Black Chokeberry aronia melanocarpa in the prevention of chronic diseases. *Molecules*, 22(944):1-23.

- Kalt, W. ve McDonald, J. E. (1996). Chemical composition of lowbush blueberry cultivars. J. Amer. Soc. Hort. Sci., 121(1): 142-146.
- Kokotkiewicz, A., Jaremicz, Z. ve Luczkiewicz, M. (2010). Aronia plants: a review of traditional use, biological activities, and perspectives for modern medicine. Journal of Medicinal Food, 13: 255-69.
- Krikorian, R., Shidler, M. D., Nash, T. A., Kalt, W., Vinqvist-Tymchuk, M. R., Shukitt-Hale, B. ve Joseph, J. A. (2010). Blueberry supplementation improves memory in older adults. J. Agric. Food Chem., 58 (7): 3996-4000.
- Kulling, S. E. ve Rawel, H. M. (2008), Chokeberry (*aronia melanocarpa*)- A review on the characteristic components and potential health effects, Planta Medica, 74(13): 1625-1634.
- Lokumcu, S. (2012). Likapa (Yaban Mersini) Yetiştiriciliği. http://www.yaban-mersini.org/haber_detay.asp?haberID=43 Erişim Tarihi: 27.12.2024.
- Michalak, P. (2015). Aronia Planter's Guide. Ed: Piotr Michalak, 1st Edition, Dąbie.
- Michalska, A. ve Lysiak, G. (2015). Bioactive compounds of blueberries: post-harvest factors influencing the nutritional value of products. Int. J. Mol. Sci., 16: 18642- 18663.
- Nile, S. H. ve Park, S. W. (2014). Edible berries: Bioactive components and their effect on human health. Nutrition, 30: 134–144.
- Norberto, S., Silva, S., Meireles, M., Faria, A., Pintado, M. ve Calhau, C. (2013). Blueberry anthocyanins in health promotion: A metabolic overview. Journal of Functional Foods, 5: 1518-1528.
- Olsson, M. E., Gustavsson, K. E., Andersson, S., Nilsson, Å. ve Duan, R. D. (2004). Fruit and fruit extracts and in vitro cancer cell proliferation inhibition and correlations with antioxidant levels. J. Agric. Food Chem., 52, 7264-7271.
- Oszmiański, J. (2016). Effect of dried fruit and juice production on the content and antioxidative activity of bioactive compounds from Lachowicz, S. Chokeberry (*Aronia melanocarpa* L.). Molecules, 21, 1098.
- Özder, A. (2020). A novel indicator predicts 2019 novel coronavirus infection in subjects with diabetes. Diabetes Research and Clinical Practice. 166: 108294.
- Özdiz, A. ve Pırlak, L. (2022). Effects of Some Organic Preparations on the Development of Saplings of Viking Aronia (*Aronia melanocarpa* (Michx.) Elliot) Cultivar, Journal of Bahri Dagdas Crop Research 11(2): 87-92.
- Poyraz Engin, S., (2018). Aronya meyve türünün bitkisel özellikleri ve adaptasyonuna ilişkin gözlemler. Bahçe Haber 7(1): 8-11.

- Poyraz Engin, S. P. ve Boz, Y. (2019). Ülkemiz üzümü meyve yetiştiriciliğinde son gelişmeler. Uluslararası Anadolu Ziraat Mühendisliği Bilimleri Dergisi, 1(5): 108-115.
- Prior, R. L., Cao, G., Martin, A., Sofic, E., McEwen, J., O'Brien, C., Lischner, N., Ehlenfeldt, M., Kalt, W., Krewer, G. ve Mainland, C. M. (1998). Antioxidant capacity as influenced by total phenolic and anthocyanin content, maturity, and variety of *Vaccinium* species. Journal of Agricultural and Food Chemistry, 46: 2686-2693.
- Skupien, K. (2006). Evaluation of chemical composition of fresh and frozen blueberry fruit (*Vaccinium corymbosum* L.). Acta Sci. Pol., Hortorum Cultus., 5(1): 19-25.
- Smith, H. H. (1933). Ethnobotany of the forest potawatomi indians. Bulletin of the Public Museum of the City of Milwaukee, 7(1): 75-108.
- Šnebergrová, J., Čížková, H., Neradová, E., Kapci, B., Rajchl, A. ve Voldřich, M. (2014). Variability of characteristic components of aronia. Czech J Food Sci., 32 (1): 25- 30.
- Sosnowska, D., Podsedek, A., Kucharska, A. Z., Redzyna, M., Opchowska, M. ve Koziolkiewicz, M. (2016). Comparison of in vitro anti-lipase and antioxidant activities and composition of commercial chokeberry juices. Euro. Food Res. Technol., 242, 505-515.
- Su, Z. (2012). Anthocyanins and flavonoids of *vaccinium* L. Pharmaceutical Crops., 3:7- 37.
- Şahin, A. ve Erdoğan, Ü. (2022). Aronia (*Aronia melanocarpa michx elliot*) production and evaluation methods in the world and Turkey, Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology, 10(1): 81-85.
- Tokatlı, K. ve Küpcü, I. H. (2024). Ekstra geleneksel aronya reçeli ve geleneksel marmelatının bazı fizikokimyasal ve fitokimyasal özellikleri, Akademik Gıda 22(2): 125-132.
- Tokuşoğlu, Ö. (2018). Aronia berry based new food products and shelf-life stability studies. Food Health and Technology Innovations, 1: 97-9.
- Tolic, M. T., Jurcovic, I. L., Krbavcic, I. P., Markovic, K. ve Vahcic, N. (2015). Phenolic content, antioxidant capacity and quality of chokeberry (*Aronia melanocarpa*) products. Food Technol. Biotechnol, 53, 171-179.
- Walther, E. ve Müller, S. (2012). Aronia, apfelbeere (*Aronia melanocarpa [michx.] elliot*). handbuch des arznei- und gewürzpflanzenbaus, Ed.: Hoppe B., Band 4. Bernberg, Germany: Verein für Arznei- und Gewürzpflanzen Salupalnta, 95-110.
- Yıldız, S. (2012). Ülkemizde doğal olarak yetişen ve kültüre alınan *Vaccinium spp.* türlerinin fenolik bileşiklerinin ve antioksidan kapasitelerinin araştırılması (yüksek lisans tezi), Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bursa

- Yurtkulu, V. (2022). Aronya fizibilite raporu ve yatırımcı rehberi, tarım ve orman bakanlığı bitkisel üretim genel müdürlüğü, Eğitim ve Yayın Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Zhang, L., Yue, P., Jiang, J., Fan, J. ve Gao, X. (2016). Effect of phenolic compounds on antioxidant activity in 8 blueberry (*vaccinium spp.*) juices. Carpathian Journal of Food Science and Technology., 8(2): 178-186.
- Zhang, Y., Y. Zhao, X., Liu, X., Chen, C., Ding, L., Dong, J., Zhang, S., Sun, Q., Ding, S., Khatoom, Z., Cheng, W. Liu, L. ve Shen F. (2021). Chokeberry (*Aronia melanocarpa*) as a new functional food relationship with health: an overview. Journal of Future Foods, 1-2: 168-178.
- Zorenc, Z., Veberic, R., Stampar, F., Koron, D. ve Mikulic-Petkovseki, M. (2016). Changes in berry quality of northern highbush blueberry (*Vaccinium corymbosum* L.) during the harvest season. Turk J Agric For., 40: 855-864.

Cultural Memory of Azerbaijani Cuisine: Documentation of Forgotten Flavors¹

Khanım Alıyeva²

Neslihan Serçeoğlu³

Abstract

Azerbaijan is a country with a rich cultural heritage, heavily reliant on tourism as a significant part of its economy. Despite being a well-known tourist destination in the 1980s, the tourism sector suffered due to the war, and it began to recover in the 2000s, becoming a popular tourist destination once again. However, for the country to transform into a more recognized and preferred tourist destination, it needs to focus on various types of alternative tourism. Among these alternatives, gastronomic tourism stands out due to the richness of Azerbaijani cuisine. The primary characteristic of Azerbaijani cuisine is its diversity, stemming from significant interaction with surrounding regional cuisines. Nevertheless, despite possessing such a variety, Azerbaijani cuisine is not fully recognized, as only the similarities with other cuisines are emphasized, leading to a lack of proper attention towards this cuisine. The absence of any research regarding forgotten dishes among the local population has necessitated this study. Thus, this research aims to identify the culinary culture of Azerbaijan, uncover forgotten dishes, and, depending on the methodology of the research, conduct interviews to establish and document recipes related to Azerbaijani cuisine. In this context, interviews were conducted with local residents in Azerbaijan, relevant literature was reviewed, and sources related to Azerbaijani cuisine were evaluated, paying detailed attention to it. Subsequently, recipes were identified from each category, prepared, recorded on video, and access to these videos was facilitated through QR codes.

- 1 “This study is based on the master’s thesis titled ‘Azerbaijan Culinary Culture and Practices’ and was supported by the Scientific Research Projects Coordination Unit of Atatürk University (Project No: BAP 2022/10416)”.
- 2 Master of Science, Atatürk University, Institute of Social Sciences, Department of Tourism Management and Hospitality, xanimzulfuqarqizi@gmail.com, 0000-0002-7061-0619
- 3 Associate Professor, Atatürk University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, nserceoglu@atauni.edu.tr, 0000-0003-1549-0834

1. Introduction

One of the examples of traditional material culture is food and drink. The acquisition of food and beverages is as ancient as human societal history. In other words, since the day humans began to know themselves and their surroundings, they have strived to obtain food for survival. Using the natural products of nature, a culture encompassing various stages of production economy, including culinary culture, has been created. Over time, every nation living in different geographies has developed a unique and diverse range of foods and beverages based on the tested experiences and empirical knowledge of previous years and centuries, cooking technologies, kitchen equipment, table etiquettes, etc. With socio-economic development, this process has been significantly influenced by traditions, religious rules, landscape and climate characteristics, proximity to transit routes and shopping centers, as well as ethnic and cultural ties with neighboring nations. The fact that the national ethnic characteristics of each nation or ethnic group are more pronounced in culinary culture today is not coincidental (Seçim and Kaya, 2020).

The unique Azerbaijani cuisine has contributed to the increase in tourist flow to Azerbaijan in recent years. Azerbaijani cuisine is one of the oldest, richest, and most delicious cuisines in the world. One of the crucial factors in the development of Azerbaijani cuisine is climate. The diversity of climate in Azerbaijan has led to a richness in flora and fauna. The availability of fresh vegetables and fruits throughout the year, whether used alone or in conjunction with other natural foods, has enriched Azerbaijani cuisine. Azerbaijani cuisine has a history as deep as that of Azerbaijan itself. From the kitchen tools used, the methods and diversity of cooking, to the variety of ingredients and products, traditions, special days, ceremonies, and dining etiquette, Azerbaijani cuisine is quite unique. This uniqueness is mainly driven by the diversity of the country's natural and geographical conditions and the richness of flora and fauna, which has led to the emergence and formation of a wide variety of foods and beverages, predominantly unique to Azerbaijan. It is not coincidental that each region of Azerbaijan has its own distinct varieties of food and drink (Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Azerbaijan, 2016). Azerbaijan is the only country in the world that has added a separate article (Article 1.37) to its Culture Law regarding the preservation of its national culinary heritage. Thus, culinary legislation has been recognized as a cultural value for the first time (Amiraslanov, 2021).

2. Azerbaijani Cuisine

The abundance of various foods belonging to the same type is noteworthy in Azerbaijani cuisine. This applies to salads, desserts, soups, pastries, and meat dishes. Dishes made with pastries and meat constitute the main menu of Azerbaijani cuisine. It is observed that olive oil dishes are not typically prepared in Azerbaijani cuisine. Instead, cooking is done with corn oil, sunflower oil, butter, and tail fat. In rural areas, bread is baked in tandoors. Three meals are consumed daily. Eggs, tea, cheese, butter, various types of bread, jams, dairy products, pastries, and sometimes sheep's head soup are consumed for breakfast. Azerbaijanis generally drink tea before meals. Tea prepares the stomach for digestion until food is served. Drinking tea is a beautiful custom known for creating mutual intimacy among people in hospitality. Special teas are also prepared with ginger and cinnamon. Azerbaijan is rich in rare mineral waters. There are healing mineral waters such as "Türşsu," "İstisu," "Sirab," and "Daridag" (Ahmedof, 2001). Coffee is consumed less frequently. Tea is served at any desired time of the day with sweets, jams, and pastries. Tea tables are prepared with great care. When guests arrive, the offerings begin with black tea, followed by meals and concluding with tea again. Along with tea, jams, desserts, cakes, pastries, cookies, and fruits are served. For meal service, soups, grilled meats, rice, and stuffed dishes are provided. Yogurt and salad are also offered to aid the digestion of fatty foods. Fruit juices and compotes are served with meals. In Azerbaijani cuisine, foods are also utilized for public health. In cases of colds, digestive disorders, and respiratory illnesses, particularly soups and other dishes are noted for their healing properties (Sarışık, 2019).

In Azerbaijan, those who prepare food are called "ashbaz." Dishes are named according to their preparation styles. Names like "sıkma," "dolma," "süzme," "bastırma," and "bulama" indicate the method of preparation, or in other words, the path taken to make them. Some dish names derive from their shapes. Dishes such as "Lüle Kebab," "Dini-Dili Küfte," and "Yaprak Hingal" fall into this category. Additionally, there are various dishes made from both beef and poultry, as well as game meats. Different types of fish dishes are prepared along the Caspian Sea. The oldest identifiable dishes of Azerbaijani cuisine include "haşıl," "umaç," "hengel," "düşbere," and "erişte," which are types of pastries and meat dishes. The first bread museum in the world was opened in the city of Aghdam, located in the Karabakh region. This museum showcases all varieties of ancient and contemporary bread (Bayramlı, 2013).

Culinary culture has a history as profound as that of Azerbaijan itself. From the kitchen tools used to the methods and diversity of cooking, the variety

of ingredients, and the traditions and customs surrounding special days and ceremonies, Azerbaijani cuisine is significant. Enhancing the potential for its evaluation in gastronomic tourism is crucial for promoting Azerbaijani culinary culture and attracting interest. To achieve this, it is essential to focus on promoting products that are palatable and acceptable to various cultures without being overly challenging to their taste preferences. Satisfied tourists who have had the experience they expected can return home content. This will significantly benefit Azerbaijan's re-selection and promotion. Gastro-tourists are inclined to taste all regional dishes during their subsequent visits due to their previous positive experiences. Education, certification, legal protection, regulations, standard recipes, and the use of written, visual, and social media for promotions are vital for increasing satisfaction levels, meeting expectations, and offering authentic regional flavors. This way, the culinary culture can be preserved and passed down from tradition to future generations (Atilla, 2013).

In the second half of the 19th century and the early 20th century, there was a famous chef named Horozoglu who prepared piti in Sheki. People from various regions of Azerbaijan would come to Sheki to eat the "Piti" he made. The Sheki piti is primarily prepared from the boneless meat of black sheep and uses saffron to provide a pleasant color and aroma. Since the piti has also been traditionally cooked in Southern Azerbaijan (in Tabriz) in the same manner, they rightfully consider this dish a national dish of Azerbaijan. Spices such as saffron, cire, anise, cumin, bay leaves, coriander seeds, mint, dill, parsley, celery, tahini, basil, thyme, etc., are abundantly used in dishes. Saffron is cultivated in the Absheron Peninsula. In Azerbaijani cuisine, saffron is added to over 50 dishes and more than 10 types of sweets (Gökyıldız, 2010).

In Azerbaijani culture, special dishes are prepared on certain holidays and occasions, and special tables are set. "Special day and holiday dishes" exhibit great diversity in Azerbaijani cuisine. On Nevruz, "Semeni" is prepared; when a child's first tooth comes in, "Hedik" is made; and on the festival of Hızır Nebi, "Kavut" is prepared. Additionally, as a tradition from the past, various dishes are made on important days such as engagements, weddings, births, deaths, and circumcisions. According to written sources, the Nevruz festival emerged in 505 BC. In the works of poet Nizamulmulk in "Siyaset," Omar Khayyam in "Novruzname," and other poets and writers, Nevruz is emphasized as one of the most celebrated festivals by the people. In Nizami Ganjavi's poem "Iskendername," the invitation of Iskender by Nushaba during the Nevruz festival and the offerings around the festive fire, reflecting various Nevruz traditions, highlight the special importance given to this festival. In Azerbaijan, each region prepares its specific varieties of pilaf during the Nevruz festival. The dishes prepared for guests who come to celebrate are

served. The Nevruz table features shakarbura, baklava, shorgogal, and other region-specific sweets, Nevruz candies, semeni, dyed eggs, and various nuts. Home-made sherbets and compotes made from dried fruits are served as beverages. During the Nevruz festival in Azerbaijan, visits to cemeteries are made. Eggs, semeni, and sweets are brought to the cemetery and placed on graves. The prepared foods are distributed to everyone for the soul of the deceased. Flour halva is prepared and wrapped in lavash for one person, and taken to the cemetery. It is distributed to everyone encountered from the entrance of the cemetery. Those who receive the halva say “May Allah accept it” as they eat it. For engaged girls, gifts known as “honça” in Azerbaijani Turkish containing a tray of baklava, a tray of shakarbura, a tray of shorgogal, semeni, dyed eggs, and sweets are sent by the male side. At weddings and circumcisions, drinks, kebabs, pilaf, dolmas, and cold dishes are prepared. Nevruz is celebrated differently in Azerbaijan. With the arrival of this festival, special containers in every home are prepared to sprout wheat and barley. The sprouted wheat is called “Semeni,” symbolizing the arrival of Nevruz. In Azerbaijan, special seed wheat for Semeni is selected and separated 10-15 days before Nevruz. The wheat is soaked in water, placed in special dishes, and covered with a cloth made of “Renzif” to keep it moist. They ensure the wheat remains wet by occasionally soaking it, preventing it from drying out. Thus, the wheat cracks and sprouts, growing taller. This tradition related to Semeni has been preserved in Azerbaijan from ancient times to the present day (Imamverdiyev, 2005).

3. Research Methodology

The research utilized a qualitative research method. Qualitative research methods involve techniques such as observation, interviews, and document analysis, aimed at presenting perceptions and events in a realistic and holistic manner in their natural environment (Karataş, 2017). In this study, the relevant literature was thoroughly reviewed, and interviews were conducted with local residents. Semi-structured interview questions were created for these interviews, which were conducted with individuals aged 40 and above. The sample was thought to be knowledgeable about dishes that have become rare and were once made but are no longer prepared or are only prepared to a limited extent. The responses from 14 of the 20 interviewed individuals were included in the analysis. The responses from six individuals were not included in the analysis due to deficiencies in their answers. Following these interviews, soups, pastry-based dishes, meat dishes, salads, pilafs, stuffed dishes, desserts, and beverages present in Azerbaijani cuisine were identified. Subsequently, two recipes from each category were prepared by an expert instructor in the

practical kitchen of Atatürk University Faculty of Tourism and recorded on video. QR codes were created to include these video recordings in the research. Scanning these QR codes allows access to the application of the recipes.

4. Research Findings

When thinking of Azerbaijani national cuisine, one immediately recalls a cuisine rich in ancient, diverse, and delicious dishes. Approximately 2000 dishes are known in Azerbaijani cuisine. Accurately researching this cuisine is certainly not easy. The Azerbaijani national cuisine is not only about dishes and methods of preparation but is also one of the main components of material culture. Table 1 lists the names of dishes belonging to Azerbaijan.

Table 1. Azerbaijani Dishes

Soups	Dovga, Dushbere, Meat Soup, Chicken Soup, Umac, Noodle Soup, Vegetable Soup, Evelik Soup, Fish Soup, Balva, Saffron Bouillon, Pomegranate Bouillon
Dough dishes	Hingel, Greens Gutabi, Meat Qutabı, Guymak, Gürze, Sümbülvari Potato Hingel, Firni, Haşıl, Feseli
Meat dishes	Roast, Bozartma, Köfte Bozbaş, Tike Bozbaş, Kebabs (Tike, Lüle, Bastırma, Han Kebab), Sac İç, Piti, Boiled Meat, Pomegranate Roast
Pilafs	Shah Pilaf, Fisincan Pilaf, Garali Pilaf, Döşeme Pilaf, Vegetable Pilaf, Zirinc Chicken Pilaf, Bean Pilaf, Chicken Pilaf, Levengi Pilaf, Hanlik Pilaf, Milk Pilaf, Liver Pilaf, Pomegranate Pilaf, Dill Pilaf, Fruit Pilaf, Minced Meat Pilaf
Salads	Hazar Salad, Chicken Salad, Çoban Salad, Azerbaijani Salad, Roasted Salad, Şeki Salad, Bahar Salad
Dolmas	Pip Dolma, Stuffed Grape Leaves, Tomato-Pepper-Eggplant Dolma, Quince Dolma, Onion Dolma, Potato Dolma, Apple Dolma, Evelik Dolma
Desserts	Irevan Kete, Baku Baklava, Ganja Baklava, Guba Baklava, Sheki Baklava, Shekerbura, Badambura, Halva, Mutakke, Sugar Bun, Baku Cookie, Egirdek, Kövrek and Hırçılıtlı Gatlama, Partlama, Umac Halva, Kete, Şor goğal, Semeni Halva, Govut with Rose Water, Peşven, Şeki Külçesi, Şirin Nazik, Şeki Ovması, Cevizli Borucuk, Cevizli Ordubad Dürmeysi
Drinks	Rose Sherbet, Lemon Sherbet, Pomegranate Sherbet, Saffron Sherbet, Mint Sherbet, Sumac Sherbet, Milk Sherbet. Ovşala, Compotes

Source: Compiled by the author

In this study, a descriptive research method was employed as the data analysis technique. Interviews were conducted with local residents to identify the dishes of Azerbaijan. The interview questions consisted of 15 items. The

questions began with demographic characteristics such as gender and age, followed by the questions listed below:

- Do you include local dishes in your home?
- Do you think the diversity of Azerbaijani local dishes is sufficient?
- Do you find Azerbaijani local dishes delicious?
- What soups are included in Azerbaijani cuisine?
- What dishes made with dough are included in Azerbaijani cuisine?
- What meat dishes are included in Azerbaijani cuisine?
- What salads are included in Azerbaijani cuisine?
- What pilafs are included in Azerbaijani cuisine?
- What stuffed dishes are included in Azerbaijani cuisine?
- What desserts are included in Azerbaijani cuisine?
- What beverages are included in Azerbaijani cuisine?
- Can you share the stories behind any dishes in Azerbaijani cuisine?
- What needs to be done to preserve Azerbaijani culinary culture and promote it internationally?

As a result of these interviews, the well-known and beloved dishes of Azerbaijan were identified by the local people. Some of these identified dishes were prepared in the kitchen of Atatürk University Faculty of Tourism and recorded on video. The interviews were conducted with women from the local community. The age range of the respondents was between 40 and 70 years. An analysis of the responses indicated that participants prepare local dishes at home, find them delicious, and express that local cuisine is rich. Participants emphasized that festivals should be organized to preserve Azerbaijani culinary culture, that food and beverage establishments serving Azerbaijani dishes should be opened abroad, and that academic studies and books promoting this cuisine should be developed.

Through the interviews, the soups available in Azerbaijan were identified, including dovğa, düşbere, meat soup, chicken soup, umaç, noodle soup, vegetable soup, evelik soup, fish soup, balva, saffron bouillon, and pomegranate bouillon. As part of the research, the forgotten umaç soup (Table 2) and sour chicken soup (Table 3) were prepared practically.

Table 2. Umaç Soup in Azerbaijani Cuisine

UMAÇ SOUP		
Ingredients:	Preparation:	
Flour (50 g) Melted fat (20 g) Egg (1 piece) Dried onion (18 g) Dried mint (1 g) Saffron Salt	Salted water mixed with beaten egg is sprinkled over the flour, and the flour is kneaded. The resulting small dough crumbs are collected. The fried onion is boiled in meat broth. The dough crumbs are sifted through a sieve to separate them from the remaining flour and poured into the boiling broth while being stirred continuously. When served, saffron is added to the umaç, and it is garnished with mint.	 

Table 3. Sour Chicken Soup in Azerbaijani Cuisine

SOUR CHICKEN SOUP		
Ingredients:	Preparation:	
Chicken meat (155 g) Rice (25 g) Melted fat (20 g) Plum or sour plum (20 g) Chickpeas (20 g) Dried onion (20 g) Dill (10 g) Pepper, saffron, salt	The chicken meat is boiled, and rice is cooked in its broth. Fried onions are added, and about 15 minutes before it is ready, boiled chickpeas and plums (or dried plums) are added. The other ingredients are added until it is ready to serve.	 

Dishes made with dough in Azerbaijan were identified through literature review and interviews, including hingal, greens gutabı, meat gutabı, guymak, gürze, bulbous potato hingalı, firni, haşıl, and feseli. As part of the research, the forgotten noodle (Table 4) and dry hingal (Table 5) were prepared practically.

Table 4. Noodle in Azerbaijani Cuisine

NOODLE		
Ingredients:	Preparation:	
Beef or lamb (500 g) Dried onion (1 piece) Noodles (3 handfuls or 2 handfuls of fine vermicelli) Coriander and dill (one bunch each) Grape or apple vinegar (50 ml) Salt and black pepper	The meat is washed and ground together with the onion in a meat grinder. Small balls are made from the resulting minced meat and dropped into boiling water. After boiling for approximately 15-20 minutes, the noodles are added, and the dish is boiled until ready. Salt and black pepper are added. Before serving, the greens are chopped into small pieces. Noodles are usually served with vinegar or garlic yogurt.	 

Table 5. Dry Hıngal in Azerbaijani Cuisine

DRY HINGAL		
Ingredients:	Preparation:	
For the Filling: Water Beef or lamb (500 g) Dried onion (3 pieces) Butter (3 tablespoons) Garlic yogurt (500 g) Salt and black pepper For the Dough: Flour (1 kg) Egg (1 piece) Water	The dough is kneaded with flour, egg, water, and salt. The dough is divided into balls the size of tennis balls and rolled out thinly and round with a rolling pin. The dough is then cut into equilateral triangles measuring 5-6 cm and dried. The dough pieces are boiled and passed through a sieve. The boiled dough is served. It is topped with garlic yogurt, melted fat, and minced meat (fried with onion). Pomegranate seeds can also be added on top if desired.	

Meat dishes in Azerbaijan were identified through literature review and interviews, including kavurma, bozartma, köfte bozbaş, tike bozbaş, kebabs (tike, lüle, bastırma, han kebabı), sac iç, piti, haşlama, and nar kavurma. As part of the research, the forgotten köfte bozbaş (Table 6) and kazan köfte (Table 7) were prepared practically.

Table 6. *Köfte Bozbaş in Azerbaijani Cuisine*

KÖFTE BOZBAŞ		
Ingredients:	Preparation:	
Sheep meat (163 g) Tail fat (20 g) Rice (15 g) Fresh sour plum (30 g) or dried plum (10 g) Chickpeas (25 g) Potatoes (150 g) Dried onion (18 g) Saffron, dried mint, pepper, salt	A certain amount of bone is boiled to obtain bone broth. The tender pieces of sheep meat are passed through a meat grinder with the dried onion. Rice, pepper, and salt are added to the minced meat and mixed well. 2-3 washed dried plums are placed inside each meatball. After the chickpeas are cooked in the bone broth, the meatballs are added to the broth and cooked. At the same time, potatoes and finely chopped and fried onions are added. 10-15 minutes before the dish is ready, saffron dissolved in a little water, salt, and pepper are added, and when ready to serve, it is garnished with coriander or dried mint.	 

Table 7. *Kazan Köfte in Azerbaijani Cuisine*

KAZAN KÖFTE		
Ingredients:	Preparation:	
Minced beef (500 g) 5 tomatoes 4 sweet peppers 3 dried onions 7-8 potatoes Salt, black pepper 3 cups water 3 tablespoons butter	The minced meat is mixed with salt and black pepper, and round meatballs are formed and fried. The potatoes, tomatoes, and sweet peppers are sliced into rounds. The onion is also chopped, salted, and squeezed until its juice is released. The diced potatoes are arranged at the bottom of a pot. On top of the potatoes, the onions, fried meatballs, more onions, tomatoes, and peppers are layered. Spices are added, and water and butter are poured in and left to cook. It is served after cooking.	 

Salads in Azerbaijan were identified through literature review and interviews, including hazar salad, chicken salad, shepherd’s salad, Azerbaijani salad, roasted salad, Sheki salad, and spring salad. As part of the research, the forgotten roasted salad and chicken salad were prepared practically. Detailed recipes for chicken salad (Table 8) and roasted salad (Table 9) are provided below.

Table 8. Chicken Salad in Azerbaijani Cuisine

CHICKEN SALAD		
Ingredients:	Preparation:	
4 colored peppers 4-5 carrots 200 g chicken breast 300 g corn Lettuce, dill, and chervil 150-200 g mayonnaise 2-3 fresh cucumbers Salt, black pepper	All ingredients are julienned and mixed with mayonnaise. Spices are added. Optionally, walnuts can be added on top when serving.	 

Table 9. Roasted Salad in Azerbaijani Cuisine

ROASTED SALAD		
Ingredients:	Preparation:	
8 eggplants 5 tomatoes 3 sweet peppers 1 hot pepper 3 cloves of garlic 1 onion Half a bunch of parsley (or basil) Salt, pepper Olive oil	Eggplants, tomatoes, and peppers are roasted, peeled, and chopped. The other ingredients are added and seasoned. It can be served after resting in the refrigerator for 3-4 hours.	 

Pilafs in Azerbaijan were identified through literature review and interviews, including şah pilaf, fısıncan pilaf, garalı pilaf, döşeme pilaf, vegetable pilaf, zirinçli chicken pilaf, bean pilaf, chicken pilaf, levengi pilaf, hanlık pilaf,

shepherd's aşı, milk pilaf, liver pilaf, pomegranate pilaf, dill pilaf, fruit pilaf, and minced meat pilaf. As part of the research, the forgotten şah pilaf and fisincan pilaf were prepared practically. Detailed recipes for shah pilaf (Table 10) and fisincan pilaf (Table 11) are provided below.

Table 10. Shah Pilaf in Azerbaijani Cuisine

SHAH PILAF		
Ingredients:	Preparation:	
Saffron threads (0.5 g) Rice (3 cups) Salt (1 teaspoon) Melted butter (200 g) Lamb (600 g) Melted fat (300 g) Dried onions (3-4 pieces) Dried plums (150 g) Dried apricots (150 g) Dried raisins (300 g) Lavash (10 pieces) Optional: black pepper and turmeric	The rice is soaked in salty water for 4-6 hours. It is boiled until partially cooked, strained, and then saffron is added after it is completely drained. The meat is cut into small pieces and marinated with salt, black pepper, and dried plums for a while. On the other hand, the pot in which the rice will be cooked is greased. A narrow-bottomed, wide-mouthed pot is needed for cooking this pilaf. Five pieces of lavash are placed at the bottom of the pot, hanging over the edges. Each layer is greased. One-third of the rice is added on top of the lavash layer at the bottom. After placing some meat on top, the remaining half of the rice is added to cover the meat. Then, chestnuts, dried plums, and seedless raisins are added on top, followed by the remaining rice, and the edges of the lavash are folded over the rice. The remaining lavash pieces are greased and placed over the rice. The pot is placed in a preheated oven at 130 degrees Celsius. After 40 minutes, the pilaf is removed from the oven, greased again, and returned to bake. After 80 minutes, the pilaf is removed from the oven and greased again before being inverted out of the pot. A hole is made in the center of the pilaf, and it is cut and served. <u>For Lavash Preparation:</u> Wheat flour, water, and egg are kneaded with salt until a dough is formed. The dough is then rolled out into a round shape, 2 mm thick. The rolled-out lavash pieces are placed in the oven without greasing.	 

Table 11. *Fisincan Pilaf in Azerbaijani Cuisine*

FISINCAN PILAF		
Ingredients:	Preparation:	
Lamb (220 g) Rice (150 g) Melted fat (50 g) Walnut (50 g) Pomegranate (50 g) Citric acid (2 g) Dried onion (20 g) Cinnamon, saffron Black pepper, salt	Small meatballs are rolled from the minced meat and cooked in a mixture of fat and water. Citric acid dissolved in water is poured over the crushed walnuts. The prepared meat is cooked with fried onions, peeled walnuts, some broth, and pomegranate seeds until ready. Additionally, rice is prepared for pilaf. When served, a mound of pilaf is placed on the plate, and fat is poured over it.	 

Stuffed dishes in Azerbaijan were identified through literature review and interviews, including pip dolması, leaf dolması, cabbage leaf dolması, tomato, pepper, eggplant dolması, quince dolması, onion dolması, potato dolması, apple dolması, and evelik dolması. As part of the research, the forgotten three sisters dolma and apple dolma were prepared practically. Detailed recipes for three sisters dolma (Table 12) and apple dolması (Table 13) are provided below.

Table 12. Three Sisters Dolma in Azerbaijani Cuisine

THREE SISTERS DOLMA		
Ingredients:	Preparation:	
<u>For the Filling:</u> 500 g medium-fat minced meat 2 dried onions 2 tablespoons of boiled and peeled chickpeas or 1-2 tablespoons of rice A pinch of basil 1 tablespoon of butter Salt, black pepper, red pepper flakes 1 teaspoon of cinnamon 1 teaspoon of turmeric The pulp removed from the tomatoes for stuffing <u>For the Vegetables:</u> 5 eggplants 5 bell peppers 5 firm tomatoes <u>For the Vegetable Filling:</u> 1 teaspoon of black pepper 1 teacup of salt 1 teaspoon of turmeric 1 tablespoon of butter 1 teacup of water (can be increased)	In a suitable pot, the minced meat is added and sautéed. Chopped onions are added, covered, and cooked for a while. Then, salt, black pepper, red pepper flakes, and the insides of the tomatoes are added, and it is covered and left to cook. When the mixture absorbs its liquid, cinnamon, turmeric, butter, and chickpeas or rice are added. Finally, a pinch of basil is added to prepare the stuffing for the dolmas. On the other hand, the tops of the eggplants are cut off, and a slit is made in the middle. They are soaked in salty water for 15-20 minutes to remove the bitter water and then fried in a little oil. The tops of the tomatoes are cut off and hollowed out. The peppers are also prepared, and the mixture of turmeric, black pepper, and salt is spread inside the vegetables, which are then filled with the minced mixture. They are arranged in a wide pot, and water and butter are added on top. They are first cooked on high heat and then on low heat for 20-25 minutes. They are served with yogurt on the side.	 

Table 13. Apple Dolma in Azerbaijani Cuisine

APPLE DOLMA		
Ingredients:	Preparation:	
Mutton (60 gr) Melted butter (10 gr) Apple (200 gr) Onion (15 gr) Sugar (5 gr) Grape vinegar (10 gr)	Saffron, salt and minced meat are fried in oil. Sugar and vinegar are added. The core of the round apples is removed. The apples are stuffed with minced meat and cooked with a little broth. It is served with onions fried in oil on top.	 

Desserts in Azerbaijan were identified through literature review and interviews, including İrevan ketesi, Baku baklava, Ganja baklava, Guba baklava, Sheki baklava, şekerbura, badambura, halva, mütakke, sugar pie, Baku cookies, egirdek, kövrek and hırçılıtlı gatlama, partlama, umaç halva, kete, şor goğal, semeni halva, rose water govut, peşven, Sheki külçesi, şirin nazik, Sheki ovması, walnut borucuk, and walnut ordubad dürme desserts. As part of the research, the forgotten ter halva and starch halva were prepared practically. Detailed recipes for ter halva (Table 14) and starch halva (Table 15) are provided below.

Table 14. Ter Halva in Azerbaijani Cuisine

TER HALVA		
Ingredients:	Preparation:	
Wheat flour (400 gr) Melted butter (200 gr) Molasses (250 gr) or granulated sugar (200 gr) Cinnamon	The oil and flour are roasted, and after the color darkens, molasses is added and mixed. If desired, syrup made with sugar instead of molasses is poured and mixed until the water is absorbed. Cinnamon is sprinkled on top when serving.	 

Table 15. Starch Halva in Azerbaijani Cuisine

STARCH HALVA		
Ingredients:	Preparation:	
Melted butter (200 gr) Granulated sugar (180 gr) Wheat starch (120 gr) Saffron	Starch is mixed with a tea glass of water. On the other hand, syrup is added to the fried oil. Saffron should be added to the syrup while preparing the syrup. Starch is added to the oil-syrup mixture by stirring quickly. After the halva cools, granulated sugar is poured on it and served.	 

Beverages in Azerbaijan were identified through literature review and interviews, including rose syrup, lemon syrup, pomegranate syrup, saffron syrup, mint syrup, sumac syrup, milk syrup, ovşala, and compotes. As part of the research, the forgotten sumac syrup and compote were prepared practically. Detailed recipes for sumac syrup (Table 16) and plum compote (Table 17) are provided below.

Table 16. Sumac Syrup in Azerbaijani Cuisine

SUMAC SYRUP		
Ingredients:	Preparation:	
Sumac (100 gr) Granulated sugar (500 gr) Water (1.5 liters)	Sugar and water are boiled to make syrup. Sumac is added to this syrup and served after it has cooled.	 

Table 17. Plum Compote in Azerbaijani Cuisine

PLUM COMPOTE		
Ingredients:	Preparation:	
1 kilo plums 2 cups sugar Water	Chop the plums, remove their seeds. Put them in a pot and add water and sugar. Once the plums have softened, remove them from the stove and serve after cooling.	 

Conclusion and Recommendations

The limited research available on Azerbaijani cuisine makes it impossible to promote it and thus develop gastronomic tourism. Therefore, this study identified the dishes, which are the most significant tangible reflections of culinary culture. In this context, interviews were conducted with local residents in Azerbaijan, relevant literature was reviewed, and sources related to Azerbaijani cuisine were evaluated in detail. The interviews were conducted with women aged between 40 and 70. The soups, dishes made with dough, meat dishes, salads, pilafs, stuffed dishes, desserts, and beverages of Azerbaijani cuisine were assessed within these categories. As a result of the interviews, two recipes from each category were determined, prepared at the kitchen of Atatürk University Faculty of Tourism, and recorded on video, with access to these videos provided through QR codes.

It is crucial to promote Azerbaijani culinary culture and increase its appeal in gastronomic tourism. By doing so, we can send tourists home satisfied with the experiences they expected, which is believed to lead to a significant increase in promotion and the likelihood of repeat visits. Returning gastro tourists are expected to be inclined to taste all regional dishes due to their previous positive experiences. To increase satisfaction levels, meet expectations, and offer authentic regional flavors, there is a need for training, certification, legal protection and regulations, standard recipes, and the use of written, visual, and social media for promotions.

In gastronomic tourism, and especially with local dishes, individuals must visit the homeland of the products they wish to taste. Gastro tourists now desire not only to taste the product on-site but also to actively participate in its production, preparation, and presentation processes to understand the secret of the flavors. Local dishes reflect and promote the culinary culture of their respective countries, and the sharing of the same table by tourists with local people plays a significant role in fostering relationships.

Promoting Azerbaijani culinary culture and increasing its appeal in gastronomic tourism is of great importance. To achieve this, it would be appropriate to emphasize the promotion of products that are palatable and acceptable to other cultures without being overly challenging to their taste preferences. Each region of Azerbaijan has its own cuisine and flavors. Additionally, the country boasts a rich flora and fauna. The taste of the Azerbaijani people is considered very diverse and colorful for tourists. Numerous examples have survived from ancient cultures, such as those of Christianity, fire worship, and Islam. Based on these examples, various tours can be organized to different regions of Azerbaijan. It is crucial to include

gastronomic tours and routes in the tour packages offered to tourists. Moreover, there is a need to promote Azerbaijani national cuisine in other countries. Azerbaijani cuisine should be prominently featured in international events and forums. Many books and articles about Azerbaijani cuisine should be written. If these steps are taken, it is possible to attract more tourists from different countries in the future, and Azerbaijani cuisine can be recognized worldwide.

References

- Ahmedof, A.C. (2001). *Azerbaycan Mutfağı*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları.
- Amiraslanov, T. (2021). *Qastrosofiya*. Bakü. Bakı Nurlar.
- Atilla, N. (2013). Atalarımızın Ne Yediğini Merak Edenlere Azeri Mutfağı, 01/12/2016, http://www.nedimatilla.org/index.php?option=com_content&task=view&id=825 &Itemid=69 (Erişim Tarihi: (24/06/2012).
- Azerbaycan Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı (2016). *Azerbaycan Mutfağı*. Azerbaycan: Golden Book Yayınevi.
- Bayramlı, M. (2013). Azeri Mutfak Kültürü, <http://www.oguz-news.net/tur/?p=1578> (Erişim Tarihi: 29.08.2022).
- Gökyıldız, S. (2010). Tanıdık Bir Lezzet: Azeri Mutfağı”, <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/yazarlar/sevim?gokyildiz/473787.aspx> (Erişim Tarihi: 25.07.2022).
- Imamverdiyev, I.(2005). “Azerbaycan ve İran Türklerinde Nevruz Etkinlikleri Ve Âşık Şiirinde Nevruz”, A. Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi, 28, 223-239.
- Sarıışık,M. (2019). *Uluslararası Gastronomi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Seçim, Y, Kaya M. (2020). “Karaçay Türkleri ve Yemek Kültürleri”, *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(1), 70-85.

Gastronomi Turizminde Çevrimiçi Şikâyet Davranışları ve Hizmet Telifisi: TripAdvisor Üzerine Teorik Bir İnceleme

Sibel Özdemir¹

Özet

Bu çalışmanın amacı gastronomi turizmi kapsamında restoran işletmelerine yönelik çevrimiçi şikâyet davranışlarını ve hizmet telifisi uygulamalarını TripAdvisor platformu üzerinden gerçekleştirilen araştırmalar doğrultusunda teorik açıdan değerlendirmektir. Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte turistler deneyimlerini çevrimiçi platformlarda paylaşmakta ve bu paylaşımlar potansiyel tüketicilerin satın alma kararlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Bu kapsamda e-şikâyetler, işletmeler açısından müşteri memnuniyetsizliğinin bir göstergesi, hizmet kalitesinin geliştirilmesine katkı sağlayan önemli bir geri bildirim kaynağı olarak değerlendirilmektedir.

Çalışmada e-şikâyet kavramı, hizmet hataları, hizmet telifisi ve müşteri memnuniyeti ilişkisi ele alınmıştır. TripAdvisor temelli araştırmalar yöresel restoranlar, etnik ve tematik restoranlar, prestijli restoranlar ve genel restoran işletmeleri kapsamında incelenmiştir. Literatür incelemesi sonucunda restoran müşterilerinin çevrimiçi şikâyetlerinin büyük ölçüde yiyecek ve içecek kalitesi, fiyatlandırma uygulamaları, servis performansı, çalışan davranışları, hijyen koşulları ve fiziksel ortam unsurları etrafında şekillendiği belirlenmiştir. Ayrıca restoran türü ve destinasyon farklılıklarına rağmen müşteri memnuniyetsizliğinin benzer temalar üzerinde yoğunlaştığı görülmüştür.

Sonuç olarak çevrimiçi şikâyetlerin işletmeler için önemli bir bilgi kaynağı olduğu etkili hizmet telifisi uygulamalarının müşteri memnuniyeti ve sadakatinin artırılmasında kritik rol oynadığı değerlendirilmiştir.

1 Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Zonguldak, Türkiye sibel.ozdemir@beun.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-0700-0823

1. Giriş

Turizm sektörü hizmet yoğun yapısı nedeniyle müşteri memnuniyeti ve müşteri deneyiminin ön plana çıktığı sektörlerden biridir. İşletmeler açısından müşteri davranışlarının anlaşılması, memnuniyetin sağlanması ve müşteri sadakatının oluşturulması büyük önem taşımaktadır (Tosun ve Söyük, 2019). Bu noktada müşteri şikâyetleri işletmelerin eksik yönlerini ortaya koyan önemli geri bildirim kaynakları arasında yer almaktadır. Şikâyetlerin dikkate alınmaması müşteri kaybı, memnuniyet düzeyinin düşmesi ve işletmeye yönelik olumsuz algıların oluşmasına neden olabilmektedir (Kozak, 2007). Bu nedenle şikâyetlerin etkin biçimde yönetilmesi hizmet kalitesinin geliştirilmesine katkı sağlamaktadır.

İnternet kullanımının yaygınlaşması ve Web 2.0 teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte bireyler bilgi tüketicisi olmanın yanında içerik üreticisi konumuna da gelmiştir. Bu süreçte kullanıcıların çevrimiçi platformlarda paylaştıkları deneyimler, elektronik ağızdan ağıza iletişimin (e-WOM) önemli bir unsuru hâline gelmiş ve turistlerin satın alma kararlarını etkileyen önemli bilgi kaynaklarından biri olmuştur (Zeng vd., 2020). Özellikle turistik ürünlerin satın alma öncesinde deneyimlenememesi nedeniyle turistler karar verme sürecinde çevrimiçi kullanıcı yorumlarından yararlanmaktadır.

Restoran işletmeleri, yiyecek ve içecek hizmetlerinin yanı sıra servis, atmosfer, fiziksel çevre ve çalışan davranışları gibi çok sayıda hizmet unsurunu bünyesinde barındırmaktadır (Kılınç, 2011). Bu nedenle restoran deneyimi müşterilerin beklentilerinin karşılanma düzeyine bağlı olarak olumlu veya olumsuz değerlendirmelere konu olabilmektedir. Beklentilerin karşılanmaması durumunda ortaya çıkan memnuniyetsizlikler çevrimiçi ortamlarda paylaşmakta ve e-şikâyet kavramını oluşturmaktadır. E-şikâyet, tüketicilerin yaşadıkları sorunları veya memnuniyetsizlikleri elektronik ortamlar aracılığıyla ifade etmeleri olarak tanımlanmaktadır (Schall, 2003). İnternet tabanlı platformlar tüketicilere deneyimlerini geniş kitlelerle paylaşma imkânı sunarken işletmelerin de bu geri bildirimleri takip ederek hızlı şekilde değerlendirmelerine olanak sağlamaktadır (Argan, 2014).

Gastronomi turizminin gelişmesiyle birlikte yiyecek ve içecek deneyimleri turistlerin seyahat motivasyonları arasında önemli bir yer edinmiştir. Ggastronomi turizmi, destinasyonların kültürel kimliklerinin tanıtılmasına ve yerel değerlerin korunmasına katkı sağlamaktadır (Seyitoğlu ve Ivanov, 2020). Yerel lezzetleri deneyimleme ve özgün gastronomik deneyimler yaşama isteği, restoran işletmelerini gastronomi turizminin temel bileşenlerinden biri hâline getirmiştir.

Günümüzde restoran müşterilerinin restoran seçimlerinde en fazla yararlandıkları bilgi kaynaklarından biri çevrimiçi değerlendirme platformlarıdır. Bu platformlar içerisinde TripAdvisor dünyanın en büyük seyahat değerlendirme sitelerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Milyonlarca kullanıcı tarafından paylaşılan yorumlar sayesinde restoranlar hakkında detaylı bilgi edinilebilmekte kullanıcı deneyimleri potansiyel ziyaretçilere yol gösterebilmektedir. TripAdvisor'da yer alan değerlendirmelerin büyük ölçüde kullanıcı deneyimlerine dayanması, platformun güvenilir bir bilgi kaynağı olarak algılanmasına katkı sağlamaktadır (Taştan ve Kızılcık, 2017). İnternet erişiminin yaygınlaşması ve çevrimiçi platformların kullanımının artmasıyla birlikte işletmelere yönelik olumlu ve olumsuz yorumların çok daha geniş kitlelere ulaşabilmesi mümkün hâle gelmiştir. Özellikle hizmet deneyiminden memnun kalmayan müşterilerin çevrimiçi platformlarda paylaştıkları olumsuz değerlendirmeler, işletmelerin kurumsal itibarı, müşteri tercihleri ve potansiyel tüketicilerin satın alma kararları üzerinde önemli etkilere sahip olabilmektedir. Bu nedenle yiyecek ve içecek işletmelerinin çevrimiçi kullanıcı yorumlarını düzenli olarak takip etmeleri, şikâyet konularını analiz etmeleri ve müşteri memnuniyetini artırmaya yönelik iyileştirmeler gerçekleştirmeleri büyük önem taşımaktadır.

2. E-Şikâyet Kavramı

Şikâyet kavramı, müşteri beklentilerinin karşılanmaması sonucunda ortaya çıkan memnuniyetsizliğin ilgili kişi, kurum veya işletmelere iletilmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Burucuoğlu, 2011). Benzer şekilde müşteri şikâyeti, müşterilerin yaşadıkları olumsuz deneyimlere ilişkin geri bildirimleri veya memnuniyetsizliklerini işletmeye ya da diğer paydaşlara aktarmaları olarak ifade edilmektedir (Bell vd., 2004). Ancak her memnuniyetsizlik durumu şikâyet davranışına dönüşmemektedir. Müşteriler memnuniyetsizlik karşısında sessiz kalabilmekte olumsuz ağızdan ağıza iletişimde bulunabilmekte veya doğrudan şikâyet davranışı sergileyebilmektedir. Nitekim Scanlan ve McPhail'e (2000) göre memnuniyetsizlik yaşayan müşterilerin yalnızca küçük bir bölümü şikâyetle bulunmaktadır. Bunun temel nedenleri arasında hatanın önemsiz olarak değerlendirilmesi, şikâyet sürecinin zaman ve maliyet gerektirdiğinin düşünülmesi, şikâyetin çözüme kavuşturulmayacağına yönelik inanç ve müşterilerin nasıl şikâyetle bulunacaklarını bilmemeleri yer almaktadır (Aksatan, 2010).

İnternet teknolojilerinin gelişmesi ve dijital iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte geleneksel şikâyet davranışları çevrimiçi ortamlara taşınmış ve e-şikâyet kavramı ortaya çıkmıştır. E-şikâyet, müşterilerin yaşadıkları memnuniyetsizlikleri internet tabanlı platformlar aracılığıyla paylaşmaları

ve işletmelere yönelik olumsuz deneyimlerini dijital ortamda ifade etmeleri olarak tanımlanmaktadır. E-şikâyetler, geleneksel geri bildirim yöntemlerinden farklı olarak hizmet süreçlerinde yaşanan aksaklıkları geniş kitlelerin erişimine açmakta ve işletmeler açısından hizmet kalitesinin geliştirilmesine yönelik önemli bilgiler sunmaktadır (Schall, 2003). Bu nedenle e-şikâyetler yalnızca müşteri memnuniyetsizliğinin bir göstergesi değil, aynı zamanda hizmet geliştirme ve müşteri bağlılığını artırma açısından stratejik bir geri bildirim kaynağı olarak değerlendirilmektedir.

Literatürde memnun müşterilerin deneyimlerini sınırlı sayıda kişiyle paylaşma eğiliminde oldukları, buna karşın memnuniyetsizlik yaşayan müşterilerin olumsuz deneyimlerini çok daha geniş kitlelere aktardıkları belirtilmektedir. Özellikle dijital platformlarda olumsuz içeriklerin olumlu içeriklere kıyasla daha hızlı yayılması, e-şikâyetlerin işletmeler üzerindeki etkisini daha da artırmaktadır (Alabay, 2012). Bu durum, turizm ve restoran işletmeleri açısından çevrimiçi müşteri yorumlarının ve şikâyetlerin dikkatle takip edilmesini gerekli kılmaktadır.

Restoran işletmelerine yönelik gerçekleştirilen araştırmalar, müşteri şikâyetlerinin çoğunlukla yiyecek ve içecek kalitesi, ürünlerin tazeliği ve lezzeti, servis hızı, hijyen koşulları, fiziksel ortam, fiyat-performans dengesi ve çalışan davranışları gibi unsurlardan kaynaklandığını göstermektedir (Kodaş ve Üzülmüş, 2021; Özdemir, 2023; Oğuzbalaban, 2023; Çuhadar, 2024; Şahin Perçin ve Çay, 2025). Bu unsurlar restoran deneyiminin temel bileşenlerini oluşturmakta olup söz konusu alanlarda ortaya çıkan hizmet hataları müşteri memnuniyetini olumsuz etkileyerek şikâyet davranışlarının ortaya çıkmasına neden olabilmektedir.

Sonuç olarak e-şikâyetler müşteri memnuniyetsizliğinin dijital ortamlara yansıyan biçimi olmanın ötesinde işletmeler için hizmet kalitesinin geliştirilmesine katkı sağlayan önemli bir bilgi kaynağıdır. Özellikle turizm ve restoran işletmelerinde çevrimiçi platformlarda paylaşılan müşteri deneyimleri, hem potansiyel tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemekte hem de işletmelerin çevrimiçi itibarlarını şekillendirmektedir. Bu nedenle e-şikâyetlerin etkin biçimde yönetilmesi, müşteri memnuniyetinin artırılması, hizmet hatalarının giderilmesi ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde edilmesi açısından stratejik önem taşımaktadır.

3. Restoran İşletmelerinde Hizmet Hataları, Hizmet Telafisi ve Müşteri Memnuniyeti

Hizmet hatası, hizmet temin zincirinin herhangi bir noktasında ortaya çıkan başarısızlık nedeniyle ürünün müşteri beklentilerini karşılamada yetersiz

duruma düştüğü bir durum şeklinde ifade edilmektedir (Mueller vd., 2003). Magnini ve Ford'a (2004) göre hizmet hataları, hizmet deneyimi sırasında ortaya çıkan ve müşteri memnuniyetini olumsuz yönde etkileyen problemlerdir. Türkoğlu'na (2007) göre ise hizmet hataları, müşterilerin hizmete ilişkin beklentileri ile algıları arasındaki uyumsuzluğun bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

Hizmet hataları, müşteri memnuniyetsizliğinin en önemli nedenlerinden biri olarak kabul edilmektedir (Olca ve Özekici, 2015). Hizmet sunumu sırasında meydana gelen hatalar müşterilerin olumsuz deneyim yaşamasına, şikâyet davranışı göstermesine ve işletmeye yönelik olumsuz tutum geliştirmesine neden olabilmektedir. Bu nedenle hizmet hatalarının doğru şekilde tanımlanması ve sınıflandırılması, uygun hizmet telafi stratejilerinin belirlenmesi ve etkili bir şikâyet yönetim sürecinin yürütülmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Literatürde hizmet hatalarına ilişkin farklı sınıflandırmalar bulunmakla birlikte turizm ve konaklama sektöründe yaygın olarak kabul edilen sınıflandırmalar; temel hizmet süreçlerinden kaynaklanan hatalar, müşteri beklenti ve taleplerinin karşılanamamasından kaynaklanan hatalar ile çalışan davranışlarından kaynaklanan hatalar şeklindedir (Bitner, 1990). Bununla birlikte restoran işletmelerinde meydana gelen hizmet hatalarının sistematik olarak sınıflandırılmasına yönelik ilk kapsamlı çalışma Hoffman, Kelley ve Rotalsky (1995) tarafından gerçekleştirilmiştir. ABD'de faaliyet gösteren restoran işletmelerinde yürütülen bu araştırmada toplam 14 farklı hizmet hatası belirlenmiş ve bu hatalar üç temel kategori altında sınıflandırılmıştır. İlk kategori servis sisteminden kaynaklanan hizmet hatalarıdır. Bu grupta temel hizmet sunumuna ilişkin aksaklıklar yer almakta olup kusurlu ürün sunulması, hizmetin yavaş veya yetersiz gerçekleştirilmesi, temizlik ve hijyen eksiklikleri, işletme politikalarının müşteriler tarafından net olarak anlaşılamaması ve menüde yer alan ürünlerin tükenmiş olması gibi sorunlar bulunmaktadır. İkinci kategori müşteri istek ve beklentilerinin karşılanamamasından kaynaklanan hizmet hatalarıdır. Bu kapsamda müşterilerin taleplerine uygun olmayan bir alanda oturtulmaları veya yiyeceklerin istenilen şekilde hazırlanmaması gibi durumlar değerlendirilmektedir. Üçüncü kategoride ise personel davranışlarından kaynaklanan hizmet hatalarıdır. Bu grupta çalışanların sergilediği olumsuz davranışlar, siparişlerin yanlış alınması, unutulması veya hesaplandırma sürecinde yapılan hatalar yer almaktadır (Hoffman vd., 1995).

Daha sonraki çalışmalarda Bitner vd. (1994), mevcut sınıflandırmaya "problemlı müşteri davranışları" boyutunu da ekleyerek hizmet başarısızlıklarının yalnızca işletme kaynaklı olmayabileceğini ortaya koymuştur. Bu kapsamda aşırı alkol tüketimi, sözlü veya fiziksel taciz, işletme kurallarının ihlali ve diğer

müşterilerle uyumsuz davranışlar gibi unsurlar da hizmet sürecini olumsuz etkileyen faktörler arasında değerlendirilmiştir.

Bell ve Zemke'ye (1990) göre hizmet telifisi müşteri beklentilerinin karşılanmadığı durumlarda müşteriyi yeniden tatmin etmeyi amaçlayan bir süreçtir. Benzer şekilde Grönroos (1988) hizmet telifisini memnuniyetsizlik yaşayan müşterilerin yeniden tatmin edilmesine yönelik çabalar bütünü olarak tanımlamaktadır. Başka bir ifadeyle hizmet telifisi ortaya çıkan hizmet başarısızlıklarının ardından müşterinin yaşadığı olumsuz deneyimi gidermeye yönelik tüm uygulamaları kapsamaktadır. Hizmet telifisinin temel amacı hizmet hatası nedeniyle memnuniyetsizlik yaşayan müşterilerin algılarını iyileştirmek, işletmeye duyulan güveni yeniden tesis etmek ve müşteri sadakatinin devamlılığını sağlamaktır.

Etkili bir hizmet telifisi sürecinde müşterinin yaşadığı sorunun kabul edilmesi, samimi bir özür sunulması, çözüm odaklı yaklaşım sergilenmesi ve gerekli durumlarda uygun bir tazmin mekanizmasının devreye alınması büyük önem taşımaktadır. Söz konusu unsurlar müşteri memnuniyetinin yeniden sağlanmasına, müşteri bağlılığının ve uzun dönemli müşteri ilişkilerinin geliştirilmesine de katkı sunmaktadır. Bu nedenle hizmet telifisi mevcut bir sorunun giderilmesine yönelik operasyonel bir uygulama müşteri ilişkilerinin sürdürülebilirliği açısından da stratejik öneme sahip bir yönetim aracı olarak değerlendirilmektedir.

Hizmet hataları sonrasında müşteriler işletmeye yönelik olumsuz tutum geliştirebilmekte yeniden satın alma niyetlerinde azalma görülebilmekte ve alternatif işletmelere yönelme eğilimi ortaya çıkabilmektedir. Hart vd. (1990) tarafından gerçekleştirilen araştırmada başarısız hizmet telifisi uygulamalarının müşterilerdeki olumsuz algıları daha da güçlendirebildiğini göstermektedir. Araştırmacılara göre müşteriler çoğu zaman yalnızca hizmet hatasının kendisinden olmadığı, hizmet telifisi sürecinin yetersiz veya başarısız şekilde yönetilmesinden dolayı işletmeyi terk etme eğilimi göstermektedir. Başarılı bir hizmet telifisi sürecinin yürütülebilmesi için işletmelerin hizmet hatalarının maliyetlerini analiz etmeleri, müşteri geri bildirimlerini etkin biçimde değerlendirmeleri, şikâyetlere hızlı şekilde yanıt vermeleri, çalışanlarını düzenli olarak eğitmeleri ve karar alma süreçlerinde çalışanları yetkilendirmeleri gerekmektedir (Hart vd., 1990). Böylece hizmet hatalarının müşteri memnuniyetsizliğine dönüşmesi önlenilebileceği gibi aynı zamanda işletmeler için önemli bir gelişim fırsatı da yaratılabilmektedir. Literatürde bu durum “hizmet telifisi paradoksu” kavramı ile açıklanmaktadır. Miller, Craighead ve Karwan (2000) etkili biçimde yönetilen bir hizmet telifisi sürecinin bazı durumlarda müşteride hiç hizmet hatası yaşanmamış bir deneyimden daha

yüksek düzeyde memnuniyet oluşturabileceğini belirtmektedir. Ancak hizmet telafisi paradoksunun ortaya çıkabilmesi için hizmet hatasının şiddeti, geçmişte yaşanan benzer hizmet başarısızlıklarının sıklığı, hatanın tekrarlanma olasılığı ve işletmenin hata üzerindeki kontrol düzeyi gibi faktörlerden etkilenmektedir. Özellikle müşterilerin hizmet hatasını sistematik bir sorun olarak algılamamaları ve işletmenin sorunun çözümüne yönelik samimi çaba gösterdiğine inanmaları, başarılı bir hizmet telafisinin gerçekleştirilmesinde belirleyici rol oynamaktadır.

Sonuç olarak restoran işletmelerinde hizmet hataları kaçınılmaz olmakla birlikte bu hatalara yönelik geliştirilen etkili hizmet telafisi uygulamaları müşteri memnuniyetinin yeniden sağlanmasında kritik rol oynamaktadır. Hizmet telafisinin başarısı müşterinin yaşadığı olumsuz deneyimin giderilmesini, işletmeye duyulan güvenin yeniden tesis edilmesini, müşteri sadakatinin güçlendirilmesini ve olumlu davranışsal niyetlerin oluşmasını da desteklemektedir. Bu nedenle restoran işletmelerinin hizmet hatalarını sistematik biçimde analiz etmeleri ve uygun telafi stratejileri geliştirmeleri sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmeleri açısından büyük önem taşımaktadır.

4. Bir Dijital Şikâyet Platformu Olarak TripAdvisor'ın Rolü ve Önemi

Günümüzde rekabet koşullarının giderek yoğunlaşması, işletmeleri yeni müşteriler kazanmaya ve mevcut müşterilerin memnuniyetini sağlayarak uzun dönemli müşteri ilişkileri geliştirmeye yöneltmektedir. Bu nedenle işletmelerin temel amaçlarından biri müşteri memnuniyetini artırmak ve müşterileri sadık birer tüketici hâline dönüştürmektir (Kitapçı, 2008). Satın aldıkları ürün veya hizmetlerden memnun kalmayan müşteriler ise memnuniyetsizliklerini farklı şekillerde ifade edebilmektedir. Bu kapsamda müşteriler alternatif işletmelere yönelme, işletmeyle ilişkilerini sonlandırma veya yaşadıkları olumsuz deneyimleri işletmeye ve diğer tüketicilere aktarma gibi davranışlar sergileyebilmektedir (DeFranco vd., 2005). Araştırmalara göre memnuniyetsizlik yaşayan tüketicilerin olumsuz deneyimlerini çok sayıda kişiyle paylaşma eğiliminde olduklarını, dijital iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte etkileşimin geleneksel ağızdan ağıza iletişimin çok ötesine geçtiğini göstermektedir (DeFranco vd., 2005).

Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte müşteriler yaşadıkları deneyimleri çevrimiçi platformlar aracılığıyla geniş kitlelerle paylaşabilmekte ve bu paylaşımlar diğer tüketicilerin satın alma kararları üzerinde önemli etkiler yaratabilmektedir. Özellikle turizm sektöründe tüketiciler seyahat ve restoran tercihlerini belirlerken sosyal medya platformları ve çevrimiçi değerlendirme sitelerinden yoğun biçimde yararlanmaktadır. Bu platformlar arasında

TripAdvisor, kullanıcı deneyimlerine dayalı içerikleri sayesinde en yaygın kullanılan çevrimiçi seyahat platformlarından biri olarak öne çıkmaktadır (Onorati ve Giardullo, 2020). TripAdvisor konaklama işletmeleri, restoranlar, destinasyonlar, turistik çekicilikler ve ulaşım hizmetleri hakkında kullanıcı değerlendirmelerinin paylaşıldığı, aynı zamanda işletmelerin müşteri yorumlarına yanıt verebildiği küresel bir seyahat platformudur. Kullanıcılar tarafından oluşturulan içerikler, geçmiş deneyimlerin aktarılmasını sağlamakta ve potansiyel müşterilere karar verme sürecinde önemli bilgiler sunmaktadır. Bu nedenle TripAdvisor'da yer alan yorumların tüketiciler tarafından güvenilir bilgi kaynakları olarak değerlendirildiği belirtilmektedir (Taştan ve Kızılcık, 2017). Ayrıca çevrimiçi kullanıcı yorumları turizm işletmeleri hakkında bilgi edinilmesini sağlayan ve işletmeler ile tüketiciler arasındaki iletişimi güçlendiren önemli bir araç olarak kabul edilmektedir (Sparks ve Bradley, 2014).

Bu bağlamda yiyecek ve içecek işletmelerinin çevrimiçi platformlarda yer alan müşteri yorumlarını ve e-şikâyetleri düzenli olarak takip etmeleri büyük önem taşımaktadır. Çevrimiçi şikâyetlerin analiz edilmesi hizmet süreçlerinde ortaya çıkan eksikliklerin belirlenmesine ve gerekli iyileştirmelerin gerçekleştirilmesine katkı sağlamaktadır. Her ne kadar müşteri şikâyetleri ilk bakışta olumsuz bir durum olarak değerlendirilse de, işletmeler açısından hizmet kalitesinin geliştirilmesi, müşteri memnuniyetinin artırılması ve müşteri sadakatının güçlendirilmesi için önemli fırsatlar sunmaktadır (Tosun ve Söyüç, 2019). Bunun yanı sıra hizmet hatalarının zamanında ve etkili biçimde telafi edilmesi, müşterilerin işletmeden tamamen uzaklaşmasını önleyebilmekte ve uzun dönemli müşteri ilişkilerinin sürdürülmesine katkı sağlayabilmektedir (Taştan ve Kızılcık, 2017; Özdemir ve Avcı, 2019).

5. TripAdvisor Temelli E-Şikâyet Araştırmaları

5.1. Yöresel Restoranlara Yönelik E-Şikâyet Araştırmaları

Yöresel restoranlar, bir destinasyonun gastronomik kimliğini ve kültürel mirasını yansıtan önemli çekicilik unsurları arasında yer almaktadır. Restoran müşterileri açısından yöresel restoranlar yeme içme ihtiyacının karşılandığı işletmeler olarak yerel kültürün, geleneksel üretim biçimlerinin ve özgün mutfak değerlerinin deneyimlendiği alanlar olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle yöresel restoranlarda sunulan hizmetlerin turist beklentilerini karşılayamaması çevrimiçi platformlarda olumsuz değerlendirmelerin ve e-şikâyetlerin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Son yıllarda TripAdvisor başta olmak üzere çeşitli çevrimiçi platformlarda paylaşılan müşteri yorumlarının analiz edildiği araştırmalar, yöresel restoranlara ilişkin şikâyetlerin belirli temalar etrafında yoğunlaştığını göstermektedir.

Bu kapsamda gerçekleştirilen ilk çalışmalardan biri olan Dalgıç vd. (2016), Mersin ve Hatay’da yöresel lezzetler sunan restoran işletmelerine yönelik çevrimiçi müşteri değerlendirmelerini incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre müşterilerin özellikle gıda kalitesi, servis performansı, atmosfer ve işletmeye ilişkin diğer özellikler konusunda memnuniyetsizlik yaşadıklarını tespit edilmiştir. Benzer şekilde Unur vd. (2017) tarafından Adana’da faaliyet gösteren yöresel restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırmada da şikâyetlerin büyük ölçüde yiyecek ve içecek unsurlarında yoğunlaştığı görülmüştür. Araştırmada lezzet, ürün tazeliği, menü çeşitliliği, içecek kalitesi ve yiyeceklerin uygun sıcaklıkta servis edilmemesi temel şikâyet konuları olarak belirlenmiştir.

Yöresel restoranlara ilişkin müşteri şikâyetlerinin değerlendirildiği araştırmaların önemli bir kısmı restoran müşterilerinin özellikle yiyecek ve içecek kalitesine büyük önem verdiğini ortaya koymaktadır. Nitekim Yaşar (2019) tarafından Kastamonu’da yöresel yemek hizmeti sunan restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırmada, olumsuz yorumların önemli bölümünün yiyecek ve içeceklere ilişkin olduğu belirlenmiştir. Bunun yanı sıra servis, fiyat, hizmet ortamı, personel ve menü unsurlarının da müşteri memnuniyetsizliğinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Benzer sonuçlar Şen (2021) tarafından Trabzon’daki yöresel restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırmada da elde edilmiştir. Araştırmada müşterilerin en fazla lezzet problemleri, adil olmayan fiyat uygulamaları ve çalışanların yeterli özeni göstermemesi nedeniyle şikâyetle bulundukları belirlenmiştir.

Yöresel restoranlara yönelik e-şikâyetleri inceleyen araştırmaların bir diğer ortak bulgusu fiyatlandırma politikalarının müşteri memnuniyetini önemli ölçüde etkilediğidir. Kodaş ve Üzülmöz (2021) tarafından Mardin ve Diyarbakır’daki yiyecek ve içecek işletmelerine yönelik gerçekleştirilen araştırmada müşterilerin en fazla lezzet, fiyat, kötü servis ve hijyen konularında şikâyetle bulundukları belirlenmiştir. Benzer şekilde İspir (2022) tarafından Elazığ’daki restoranlara yönelik yapılan araştırmada da yiyecek-içecek özellikleri, personel davranışları ve fiyatlandırma uygulamalarının şikâyetlerin temel kaynakları arasında yer aldığı tespit edilmiştir.

Son yıllarda gerçekleştirilen araştırmalar da benzer eğilimlerin devam ettiğini ortaya koymaktadır. Özdemir (2023) tarafından Sinop’taki yöresel yiyecek ve içecek işletmelerine yönelik gerçekleştirilen araştırmada çevrimiçi şikâyetlerin ağırlıklı olarak yiyecek-içecek kalitesi, fiyat ve personel boyutlarında yoğunlaştığı belirlenmiştir. Oğuzbalaban (2023) tarafından Safranbolu’daki restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırmada ise şikâyetlerin sekiz ana kategori altında toplandığı ve özellikle yiyecek-içecek ile ilgili sorunların diğer şikâyet konularına göre daha fazla öne çıktığı tespit edilmiştir. Araştırmada

hizmet ortamı ve atmosfer unsurlarına yönelik şikâyetlerin daha düşük düzeyde kaldığı görülmektedir.

Yöresel ürünlere dayalı restoranlara ilişkin daha güncel araştırmalar da benzer sonuçlara işaret etmektedir. Çuhadar (2024) tarafından Eskişehir’de faaliyet gösteren çibörek restoranlarına yönelik gerçekleştirilen araştırmada tüketicilerin en fazla yiyecek ve içeceklerle ilişkin konularda şikâyetle bulundukları belirlenmiştir. Menüyle ilgili şikâyetlerin ise diğer kategorilere kıyasla daha düşük düzeyde kaldığı görülmüştür. Şahin Perçin ve Çay (2025) tarafından Konya’daki yöresel restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırmada da benzer şekilde en fazla şikâyetin yiyecek ve içeceklerle ilgili olduğu belirlenmiştir. Araştırmada fiyatlandırma uygulamaları, çalışan davranışları, servis kalitesi ve hizmet ortamına ilişkin sorunların da müşteri memnuniyetsizliğinde önemli rol oynadığı ortaya konulmuştur. Bunun yanında Demir, Özen ve Aydın (2025) tarafından Göreme’de faaliyet gösteren Türk restoranlarına yönelik gerçekleştirilen araştırmada olumsuz yorumların fiyat algısı, servis kalitesi, yemek kalitesi, atmosfer ve genel müşteri memnuniyetsizliği boyutlarında yoğunlaştığı belirlenmiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde yöresel restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırmalar restoran müşterilerinin en fazla yiyecek ve içecek kalitesi, lezzet, fiyatlandırma uygulamaları, servis performansı ve çalışan davranışları konularında şikâyetle bulunduklarını göstermektedir. Bununla birlikte hijyen, atmosfer ve hizmet ortamına ilişkin unsurların da müşteri deneyimini etkilediği görülmektedir. Araştırmaların ortak sonucu, restoran müşterilerinin yöresel restoranlarda yalnızca yemek tüketmek istemedikleri, aynı zamanda otantik, kaliteli ve beklentilerini karşılayan bütüncül bir deneyim aradıkları yönündedir.

5.2. Etnik, Tematik ve Konsept Restoranlara Yönelik E-Şikâyet Araştırmaları

Etnik, tematik ve konsept restoranlar sundukları farklı deneyimler ve özgün atmosferler nedeniyle restoran müşterilerinin sıklıkla tercih ettiği işletmeler arasında yer almaktadır. Bu restoranlar yiyecek ve içecek sunan işletmeler olarak belirli bir kültürü, yaşam tarzını veya temayı yansıtan deneyim alanları olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle müşterilerin beklentileri ürün ve hizmet kalitesiyle sınırlı kalmamakta otantiklik, atmosfer, konsept bütünlüğü ve deneyim kalitesi gibi unsurları da kapsamaktadır. Literatürde bu restoran türlerine yönelik gerçekleştirilen araştırmalar incelendiğinde çevrimiçi şikâyetlerin çoğunlukla fiyatlandırma uygulamaları, yiyecek ve içecek kalitesi, hizmet performansı, çalışan davranışları ve beklentilerin karşılanamaması etrafında şekillendiği görülmektedir.

İbiş, Kızıldemir ve Çöp (2019) tarafından İstanbul'da faaliyet gösteren Çin restoranlarına yönelik gerçekleştirilen araştırmada TripAdvisor üzerinden paylaşılan müşteri yorumları incelenmiştir. Araştırma sonucunda müşterilerin yaklaşık üçte birinden fazlasının şikâyet içerikli değerlendirmelerde bulunduğu belirlenmiştir. Söz konusu şikâyetlerin ürün kalitesi, fiyat, fiziksel koşullar ve hizmet kalitesi olmak üzere dört temel tema altında toplandığı görülmüştür. Özellikle müşterilerin ürünlerin özgünlüğü ve kalitesine ilişkin beklentilerinin karşılanmaması durumunda olumsuz değerlendirmelerde bulunma eğilimlerinin arttığı belirlenmiştir. Ayrıca restoranların fiziksel koşulları ve hizmet süreçlerine ilişkin memnuniyetsizliklerin de çevrimiçi şikâyetlerin oluşmasında etkili olduğu ortaya konulmuştur.

Kızılcık ve Akyürek (2021) tarafından yeşil restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırmada ise müşterilerin sürdürülebilirlik temasıyla faaliyet gösteren restoranlardan beklentilerinin oldukça yüksek olduğu görülmüştür. Araştırma bulgularına göre kalifiye olmayan personel istihdamı, yüksek fiyatlandırma uygulamaları, rezervasyon süreçlerinde yaşanan sorunlar, şefin işletmede bulunmaması ve müşterilerin beklentilerinin karşılanamaması temel şikâyet konularını oluşturmaktadır. Araştırmacılar sürdürülebilirlik temalı restoranlarda yalnızca çevreci uygulamaların yeterli olmadığını, hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetinin de aynı derecede önemli olduğunu vurgulamıştır.

İstanbul'da faaliyet gösteren füzyon mutfağı restoranlarına yönelik gerçekleştirilen Aslan Özkale (2021) çalışmasında konsept restoranlara yönelik şikâyetlerin daha ayrıntılı biçimde değerlendirilmesine katkı sağlamıştır. Araştırmada toplam 1.140 şikâyet içerikli yorum incelenmiş ve müşterilerin en fazla fiyatlandırma uygulamalarından şikâyet ettikleri belirlenmiştir. Özellikle işletmelerin pahalı bulunması, fiyat-performans dengesinin sağlanamaması ve ödeme süreçlerinde yaşanan sorunlar önemli şikâyet konuları olarak ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra çalışanların kaba davranışları, profesyonellik eksiklikleri ve müşterilere karşı sergiledikleri olumsuz tutumlar da sıkça dile getirilen şikâyetler arasında yer almıştır. Araştırmada ayrıca porsiyon miktarlarının yetersiz bulunması, menü uygulamalarında etik olmayan davranışlar ve işletme ortamına ilişkin çeşitli sorunların da müşteri memnuniyetsizliğine neden olduğu belirlenmiştir.

Yamaç Erdoğan (2021) tarafından Uzakdoğu mutfağı konseptli etnik restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırma da benzer sonuçlar ortaya koymuştur. Araştırmada müşterilerin ürün kalitesi, hizmet kalitesi, özgünlük, fiyat ve çalışan davranışlarıyla ilgili konularda yoğun şekilde şikâyetle bulundukları belirlenmiştir. Özellikle etnik restoran müşterilerinin otantik deneyim beklentilerinin oldukça yüksek olduğu ve sunulan hizmetin bu

beklentileri karşılayamadığı durumlarda olumsuz değerlendirmelerin arttığı görülmüştür.

Gençer ve Keşkekçi (2022) tarafından İstanbul'daki Uzakdoğu restoranlarına yönelik gerçekleştirilen araştırmada ise müşterilerin en fazla ödeme sorunları gıda kalitesi, fiyatlandırma uygulamaları, hijyen koşulları ve yiyeceklerin tadı ile ilgili konularda şikâyetle bulundukları belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre özellikle hijyen ve ürün kalitesine ilişkin olumsuz algıların müşteri memnuniyetini önemli ölçüde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca ödeme süreçlerinde yaşanan aksaklıkların ve fiyatların yüksek bulunmasının çevrimiçi şikâyetlerin oluşmasında etkili olduğu tespit edilmiştir.

Tematik restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırmalar da benzer bulgular ortaya koymaktadır. Gürcü ve Demirkol (2023) tarafından Türkiye'de faaliyet gösteren uçak temalı restoranlara yönelik yapılan araştırmada toplam 131 müşteri yorumu incelenmiştir. Araştırma sonucunda müşterilerin en fazla fiyatlandırma uygulamalarından şikâyet ettikleri belirlenmiştir. Fiyat unsurunu sırasıyla yiyecek kalitesi ve servis hızı izlemiştir. Bunun yanı sıra menü çeşitliliği, temizlik, atmosfer, restoranın konumu, çalışanların profesyonel görünümü ve tema uygulamalarıyla ilgili şikâyetlerin de bulunduğu tespit edilmiştir. Ek olarak Gençer ve Keşkekçi (2023) İstanbul'daki çocuk dostu restoranlara yönelik TripAdvisor üzerinden yapılan çevrimiçi yapılan şikâyetler içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Bulgulara göre şikâyetlerin ağırlıklı olarak oyun alanlarının hijyen durumu, işletmelere erişim zorlukları, menü çeşitliliğinin yetersizliği, sağlıklı yiyecek seçeneklerinin azlığı, çocuk menüsünün bulunmaması ve çocuk dostu hizmetlerin yetersizliği üzerinde yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde etnik, tematik ve konsept restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırmalar müşterilerin ürün ve hizmet kalitesini, işletmenin vaat ettiği deneyimi de değerlendirdiklerini göstermektedir. Özellikle otantiklik beklentisinin karşılanamaması fiyat-performans dengesinin sağlanamaması, çalışan davranışları ve ürün kalitesine ilişkin sorunlar çevrimiçi şikâyetlerin temel nedenleri arasında yer almaktadır.

5.3. Birinci Sınıf ve Prestijli Restoranlara Yönelik E-Şikâyet Araştırmaları

Birinci sınıf ve prestijli restoranlar sundukları hizmet kalitesi, gastronomik ürün çeşitliliği ve marka değerleri nedeniyle müşteriler tarafından yüksek beklentilerle ziyaret edilmektedir. Bu nedenle söz konusu işletmelere yönelik çevrimiçi şikâyetlerin diğer restoran türlerine kıyasla daha farklı dinamikler içerdiği görülmektedir. Özellikle yüksek fiyat düzeyleri, hizmet kalitesine

ilişkin beklentiler ve deneyim ile beklenti arasındaki uyumsuzluklar prestijli restoranlara yönelik çevrimiçi şikâyetlerin temel belirleyicileri arasında yer almaktadır. Literatürde bu kapsamda gerçekleştirilen araştırmalar incelendiğinde müşterilerin ürün kalitesine ödedikleri bedelin karşılığını alıp almadıklarını da değerlendirdikleri görülmektedir.

Bayram (2017) tarafından İstanbul'da faaliyet gösteren birinci sınıf restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırmada TripAdvisor platformunda yer alan müşteri yorumları içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Araştırma bulgularına göre, müşterilerin genel olarak restoranların atmosferinden, sunulan yemeklerden ve hizmet kalitesinden memnun olduklarını göstermesine rağmen fiyat-performans dengesi konusunda önemli memnuniyetsizlikler yaşandığını ortaya konulmuştur. Özellikle müşterilerin ödedikleri ücret ile aldıkları hizmet arasında uyumsuzluk algıladıkları ve bu durumun olumsuz değerlendirmelerin temel nedenlerinden biri olduğu belirlenmiştir.

Benzer şekilde Erdem ve Yay (2017) tarafından Antalya il merkezinde faaliyet gösteren birinci sınıf restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırmada da müşterilerin öncelikli olarak personel davranışlarıyla ilgili şikâyetlerde bulunduğu belirlenmiştir. Bunun yanında yiyecek ve içecek kalitesi, servis süreci, fiyatlandırma politikaları, hizmet ortamı ve menü özellikleri de önemli şikâyet alanları olarak tespit edilmiştir. Araştırma bulgularına göre yüksek standartlarda hizmet sunması beklenen restoranlarda çalışan performansının müşteri memnuniyetini doğrudan etkilendiğini göstermektedir. Özellikle çalışanların ilgisiz davranışları, iletişim eksiklikleri ve hizmet sürecindeki aksaklıklar müşteri deneyimini olumsuz yönde etkileyen faktörler arasında yer almaktadır.

Prestijli restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırmalar içerisinde dikkat çeken çalışmalardan biri de Şengül, Çavuş ve Taşkın (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırmadır. Araştırmada, Dünyanın En İyi 50 Restoranı listesinde yer alan işletmelere yönelik TripAdvisor platformunda paylaşılan toplam 1.037 şikâyet içerikli yorum incelenmiştir. Araştırma sonucunda müşteri şikâyetlerinin büyük ölçüde fiyat-kalite dengesi, beklentilerin karşılanamaması ve lezzet unsurları etrafında yoğunlaştığı belirlenmiştir. Özellikle dünyanın en prestijli restoranları arasında yer alan işletmelerde dahi müşterilerin fiyat karşılığında aldıkları hizmeti yeterli bulmamaları dikkat çekici bir sonuç olarak değerlendirilmiştir. Araştırmacılar yüksek prestije sahip işletmelerde müşterilerin beklenti düzeylerinin oldukça yüksek olduğunu ve beklentilerin karşılanamamasının memnuniyetsizlik oluşturduğunu vurgulamıştır.

Kapadokya Bölgesi'nde faaliyet gösteren birinci sınıf yiyecek ve içecek işletmelerine yönelik gerçekleştirilen Şahin Perçin ve Yiğit (2020) çalışmasında

ise TripAdvisor platformunda yer alan şikâyet içerikli yorumlar detaylı biçimde incelenmiştir. Araştırma sonucunda müşterilerin şikâyetlerinin yiyecek-içecek kalitesi, fiyat, personel davranışları, servis süreci, menü özellikleri ve hizmet alanı olmak üzere çeşitli boyutlarda yoğunlaştığı belirlenmiştir. Çalışmada özellikle hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkinin güçlü olduğu vurgulanmış ve çevrimiçi şikâyetlerin işletmeler açısından önemli bir geri bildirim mekanizması oluşturduğu ifade edilmiştir.

Son yıllarda gerçekleştirilen araştırmalar da benzer bulgular ortaya koymaktadır. Uzut (2025) tarafından Türkiye'deki Michelin yıldızlı restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırmada TripAdvisor ve Google platformlarında yer alan toplam 1.837 şikâyet içerikli kullanıcı yorumu incelenmiştir. Analiz sonucunda şikâyetlerin hizmet kalitesi, yemek kalitesi, somut ve soyut çevresel unsurlar, algılanan fiyat adaletsizliği ve kısıtlayıcı işletme politikaları olmak üzere beş temel tema altında toplandığı belirlenmiştir. Araştırma sonuçları özellikle yemek kalitesi ve fiyatlandırma uygulamalarının müşterilerin değerlendirmelerinde belirleyici rol oynadığını ortaya koymuştur. Bunun yanında rezervasyon süreçleri, işletme kuralları ve hizmet sunumuna ilişkin uygulamaların da müşteri memnuniyetsizliğine neden olduğu görülmüştür. Michelin yıldızlı restoranlarda ortaya çıkan bu bulgular prestij düzeyi yükseldikçe müşteri beklentilerinin de arttığını ve deneyim ile beklenti arasındaki farklılıkların çevrimiçi şikâyet davranışlarını tetiklediğini göstermektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde birinci sınıf ve prestijli restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırmaların ortak noktası, müşteri memnuniyetsizliğinin çoğunlukla fiyat-performans dengesi ve beklentilerin karşılanamaması etrafında şekillenmesidir. Bu restoranlarda yiyecek ve içecek kalitesi önemli bir değerlendirme ölçütü olmakla birlikte müşterilerin hizmet süreci, çalışan performansı, fiziksel ortam, işletme politikaları ve deneyimin bütününe ilişkin değerlendirmeleri de çevrimiçi şikâyetlerin oluşumunda belirleyici rol oynamaktadır. Dolayısıyla prestijli restoranların kaliteli ürün sunmaları yeterli olmayıp yüksek beklentilere sahip müşteri kitlesine bütüncül ve tutarlı bir deneyim sunmaları gerekmektedir.

5.4.Genel Restoran İşletmelerine Yönelik TripAdvisor Temelli E-Şikâyet Araştırmaları

Literatürde belirli bir restoran türüne odaklanmayan genel restoran işletmelerine yönelik çevrimiçi şikâyetleri inceleyen çok sayıda araştırma da bulunmaktadır. Bu çalışmalar müşterilerin restoran deneyimleri sırasında karşılaştıkları sorunları daha geniş bir perspektiften değerlendirmekte ve restoran işletmelerinde memnuniyetsizlik yaratan temel unsurların belirlenmesine katkı

sağlamaktadır. Genel restoran işletmelerine yönelik gerçekleştirilen araştırmalar incelendiğinde yiyecek ve içecek kalitesi, fiyatlandırma uygulamaları, servis performansı, çalışan davranışları, fiziksel ortam ve temizlik gibi unsurların çevrimiçi şikâyetlerin temel kaynaklarını oluşturduğu görülmektedir.

Bu kapsamda gerçekleştirilen öncü çalışmalardan biri Doğan, Güngör ve Tanrısevdi (2016) tarafından yürütülmüştür. Araştırmada Kuşadası'nda faaliyet gösteren ve TripAdvisor Mükemmellik Sertifikası'na sahip yiyecek ve içecek işletmelerine yönelik yapılan olumsuz müşteri yorumları incelenmiştir. Çalışmada müşterilerin şikâyetleri yemek, personel, fiyat, servis, atmosfer ve temizlik olmak üzere altı temel boyutta değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre müşteri şikâyetlerinin ağırlıklı olarak yemek kalitesi, personel, fiyat, servis, atmosfer ve temizlik boyutlarında yoğunlaştığı belirlenmiştir. Benzer şekilde Taştan ve Kızılcık (2017) tarafından Kahramanmaraş'ta faaliyet gösteren restoran işletmelerine yönelik gerçekleştirilen araştırmada çevrimiçi müşteri şikâyetleri yiyecek-içecek, fiyat, çalışanlar, fiziki yapı, atmosfer, servis, temizlik ve menü başlıkları altında incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre müşterilerin en fazla yiyeceklerin lezzeti konusunda memnuniyetsizlik yaşadıklarını ortaya çıkmıştır. Bunun yanında hizmet sürecinde yaşanan aksaklıklar, çalışan davranışları ve fiyatlandırma uygulamaları da önemli şikâyet nedenleri arasında yer almıştır.

Şahin, Girgin, Kazoğlu ve Nur (2018) tarafından Alaçatı'da faaliyet gösteren restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırma ise çevrimiçi şikâyetlerin özellikle fiyatlandırma politikaları etrafında yoğunlaştığını ortaya koymuştur. Araştırma sonucunda müşteri şikâyetlerinin ağırlıklı olarak fiyatlandırma uygulamaları, yiyecek-içecek kalitesi ve işletme ortamına ilişkin unsurlar üzerinde yoğunlaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle fiyat algısına yönelik olumsuz değerlendirmelerin müşteri memnuniyetsizliğinde önemli bir rol oynadığı belirlenmiştir. Bunun yanında yiyecek kalitesi ve fiziksel ortamla ilgili sorunların da şikâyetlere konu olduğu belirlenmiştir.

Genel restoran işletmelerine yönelik gerçekleştirilen daha kapsamlı araştırmalardan biri de Ünal, Çelen ve Bayar (2021) tarafından Alaçatı destinasyonunda faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmeleri üzerine yürütülmüştür. Araştırmada TripAdvisor platformunda yer alan toplam 1.586 şikâyet içerikli yorum incelenmiş ve bu yorumlar içerisinde 6.185 farklı şikâyet unsurunun bulunduğu tespit edilmiştir. Şikâyetler fiyat, hizmet alanı ve fiziksel çevre, menü, personel, servis ile yiyecek-içecek kalitesi olmak üzere altı ana kategori altında değerlendirilmiştir. Araştırma bulguları, müşterilerin en fazla fiyatlandırma uygulamalarıyla ilgili şikâyetle bulunduklarını göstermektedir. Fiyat unsurunu sırasıyla yiyecek-içecek kalitesi, personel davranışları ve servis

süreçleri izlemiştir. Özellikle ürünlerin pahalı bulunması, çalışanların hizmet anlayışına ilişkin memnuniyetsizlikler ve servis kalitesindeki eksiklikler çevrimiçi şikâyetlerin temel nedenleri arasında yer almıştır.

Genel restoran işletmelerine yönelik gerçekleştirilen araştırmalar birlikte değerlendirildiğinde çevrimiçi şikâyetlerin çoğunlukla benzer temalar etrafında şekillendiği görülmektedir. Her ne kadar destinasyonlar ve restoran türleri farklılık gösterse de yiyecek ve içecek kalitesi, fiyatlandırma politikaları, servis performansı, çalışan davranışları ve fiziksel çevre unsurları müşteri memnuniyetini etkileyen temel faktörler olarak öne çıkmaktadır. Araştırmalar birlikte değerlendirildiğinde restoran müşterilerinin yiyecek-içecek kalitesi, fiyatlandırma politikaları, servis performansı, çalışan davranışları ve fiziksel çevre unsurlarına ilişkin beklentilerinin yüksek olduğu görülmektedir. Bu unsurlarda yaşanan olumsuzluklar çevrimiçi platformlarda şikâyet olarak ifade edilmekte ve işletmeler açısından önemli geri bildirimler sunmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Restoran müşterilerinin çevrimiçi şikâyet davranışlarını inceleyen araştırmalar son yıllarda önemli ölçüde artış göstermiştir. Özellikle TripAdvisor başta olmak üzere çevrimiçi değerlendirme platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte turistlerin deneyimlerini dijital ortamlarda paylaşmaları, araştırmacıların da bu verilerden yararlanarak müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliği konularını daha ayrıntılı biçimde incelemelerine olanak sağlamıştır. İncelenen çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde, restoran müşterilerinin restoran deneyimlerine ilişkin şikâyetlerinin belirli konular etrafında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu konular arasında yiyecek ve içecek kalitesi, fiyatlandırma uygulamaları, servis performansı, çalışan davranışları, hizmet ortamı, hijyen koşulları ve menü özellikleri öne çıkmaktadır.

Literatürde yer alan araştırmaların önemli bir bölümü yöresel restoranlara odaklanmıştır. Yöresel restoranlar restoran müşterilerinin destinasyonun kültürel kimliğini ve yerel mutfak mirasını deneyimledikleri temel işletmeler arasında yer almaktadır. Bu nedenle turistlerin beklenti düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalar, özellikle lezzet, ürün kalitesi, özgünlük, ürün tazeliği ve yöresel kimliğin korunması gibi unsurların müşteri memnuniyetinde belirleyici rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte fiyatlandırma politikaları, çalışanların hizmet anlayışı ve servis süreçlerinde yaşanan aksaklıklar da müşterilerin çevrimiçi platformlarda olumsuz değerlendirmelerde bulunmalarına neden olmaktadır. Özellikle yöresel restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırmaların büyük çoğunluğunda yiyecek ve içecek kalitesinin en fazla şikâyet edilen unsur olarak öne çıkması dikkat çekmektedir.

Etnik, tematik ve konsept restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırmalar incelendiğinde ise müşterilerin yalnızca yiyecek ve içecek kalitesini değil, aynı zamanda deneyimin özgünlüğünü ve konsept bütünlüğünü de değerlendirdikleri görülmektedir. Özellikle etnik restoranlarda otantik deneyim beklentisinin karşılanamaması, ürünlerin özgün bulunmaması veya sunulan hizmetin vaat edilen konsept ile uyum göstermemesi önemli şikâyet kaynakları arasında yer almaktadır. Tematik restoranlarda ise müşterilerin fiziksel çevre, atmosfer ve deneyim unsurlarına ilişkin değerlendirmelerinin daha belirgin olduğu görülmektedir. Bu durum, restoran müşterilerinin yalnızca ürün tüketimi gerçekleştirmediklerini, aynı zamanda deneyim temelli bir hizmet satın aldıklarını göstermektedir.

Birinci sınıf ve prestijli restoranlara yönelik gerçekleştirilen araştırmalar ise müşteri beklentilerinin daha yüksek olduğu işletmelerde farklı şikâyet dinamiklerinin ortaya çıktığını göstermektedir. Bu tür işletmelerde yiyecek ve içecek kalitesine ilişkin şikâyetler bulunmakla birlikte, en dikkat çekici unsurun fiyat-performans dengesi olduğu görülmektedir. Özellikle yüksek fiyatlarla hizmet sunan restoranlarda müşteriler, ödedikleri ücret karşılığında kusursuz bir deneyim beklemektedir. Beklentilerin karşılanmaması durumunda ise çevrimiçi şikâyetlerin ortaya çıkma olasılığı artmaktadır. Dünyanın en iyi restoranları ya da Michelin yıldızlı restoranlar üzerine gerçekleştirilen araştırmalar dahi fiyat adaleti, hizmet kalitesi ve beklenti-karşılanma düzeyi arasındaki ilişkinin müşteri memnuniyeti açısından kritik öneme sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Genel restoran işletmelerine yönelik gerçekleştirilen çalışmalar ise farklı destinasyonlarda benzer şikâyet konularının tekrarlandığını göstermektedir. Araştırmaların büyük bölümünde yiyecek ve içecek kalitesi, servis performansı, çalışan davranışları ve fiyatlandırma uygulamaları en fazla şikâyet edilen konular arasında yer almaktadır. Bu durum, restoran türü ya da destinasyon farklılıklarına rağmen müşterilerin temel beklentilerinin büyük ölçüde benzer olduğunu göstermektedir. Restoran müşterileri açısından kaliteli ürün, profesyonel hizmet, adil fiyatlandırma ve olumlu bir hizmet deneyimi memnuniyetin temel belirleyicileri olarak değerlendirilmektedir.

Literatür genel olarak değerlendirildiğinde araştırmaların büyük çoğunluğunun belirli restoran türlerine veya belirli destinasyonlara odaklandığı görülmektedir. Kastamonu, Alaçatı, Kapadokya, Safranbolu, Trabzon, Konya, Göreme, Mardin, Diyarbakır, Elazığ ve Sinop gibi destinasyonlarda gerçekleştirilen çalışmalar önemli katkılar sağlamakla birlikte, elde edilen bulguların çoğunlukla yerel ölçekte kaldığı dikkat çekmektedir. Benzer şekilde Çin restoranları, Uzakdoğu restoranları, füzyon restoranları, yeşil restoranlar, uçak temalı restoranlar veya Michelin yıldızlı restoranlar gibi belirli işletme

türlerine odaklanan araştırmaların da belirli bir bakış açısıyla sınırlı kaldığı söylenebilir.

Bunun yanında mevcut araştırmaların önemli bir bölümünün yalnızca olumsuz yorumların içerik analizi ile sınırlı kaldığı görülmektedir. Şikâyetlerin hangi nedenlerden kaynaklandığı ayrıntılı biçimde ortaya konulmasına rağmen, farklı restoran türleri arasında karşılaştırmalı analizlerin sınırlı olduğu dikkat çekmektedir. Ayrıca restoran müşterilerinin şikâyet davranışlarını etkileyen kültürel farklılıklar, destinasyon özellikleri, turist profilleri ve beklenti düzeyleri gibi değişkenlerin yeterince ele alınmadığı görülmektedir. Bu durum, restoran müşterilerinin çevrimiçi şikâyet davranışlarının daha kapsamlı ve bütüncül araştırmalarla incelenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak literatürde yer alan çalışmalar restoran müşterilerinin çevrimiçi şikâyetlerinin büyük ölçüde yiyecek ve içecek kalitesi, fiyatlandırma uygulamaları, servis performansı, çalışan davranışları ve hizmet ortamı etrafında şekillendiğini göstermektedir. Ancak farklı destinasyonları ve restoran türlerini bir arada değerlendiren, şikâyet odaklarını karşılaştırmalı olarak ele alan çalışmaların sınırlı olması önemli bir araştırma boşluğuna işaret etmektedir. Bu nedenle restoran müşterilerinin çevrimiçi şikâyet odaklarının daha kapsamlı biçimde incelenmesi, hem ilgili yazına katkı sağlayacak hem de restoran işletmelerinin müşteri memnuniyetini artırmaya yönelik stratejiler geliştirmelerine yardımcı olacaktır.

Kaynakça

- Aksatan, M. (2010). *Küçük ölçekli konaklama işletmelerinde müşteri ilişkileri yönetimi: Alaçatı örneği* (Yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alabay, M. N. (2012). Müşteri şikâyetleri yönetimi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8(16), 137–157.
- Argan, M. T. (2014). E-şikâyetle ilgili tanımlayıcı bir çalışma: Şikâyet forumu olarak bir web sitesinin sosyal ağ analizi. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 5(1), 49–66.
- Aslan Özkale, E. (2021). Füzyon Mutfağına Yönelik Restoran Deneyimi Şikâyetlerinin İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi: TripAdvisor-İstanbul Örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(2), 1250–1270. <https://doi.org/10.21325/jotags.2021.838>
- Bayram, M. (2017). Tüketicilerin İstanbul Restoranlarına Yönelik Algıları: Memnuniyetlerini Etkileyen Unsurların Değerlendirilmesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 142-154
- Bell, C. R., & Zemke, R. (1990). The performing art of service management. *Management Review*, 79(7), 42–45.
- Bell, S. J., Mengüç, B., & Stefani, S. L. (2004). When customers disappoint: A model of relational internal marketing and customer complaints. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(2), 112–126.
- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S. (1990). The service encounter: Diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*, 54(1), 71–84.
- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Mohr, L. A. (1994). Critical service encounters: The employee's viewpoint. *Journal of Marketing*, 58(4), 95–106.
- Burucuğlu, M. (2011). *Müşteri memnuniyeti ve sadakatini arttırmada müşteri şikâyetleri yönetiminin etkinliği: Bir örnek olay incelemesi* (Yüksek lisans tezi). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çuhadar, Y. (2024). Eskişehir’de Faaliyet Gösteren Çibörek Restoranlarına Yönelik Çevrimiçi Tüketici Şikâyetlerinin İncelenmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (46), 640-678.
- Dalgıç, A. Güler, O. & Birdir, K. (2016). Tripadvisor.Com’da Yer Alan Restoran Şikâyetlerinin Analizi: Mersin ve Hatay’da Yöresel Yiyecek Sunan Restoranlara Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 153-173
- DeFranco, A., Wortman, J., Lam, T., & Countryman, C. (2005). A cross-cultural comparison of customer complaint behavior in restaurants in hotels. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 10(2), 173–190.

- Demir, N., Özen, İ. A., & Aydın, Ş. (2025). TripAdvisor'da Yer Alan Türk Restoran İşletmeleri Hakkındaki Yerli Turistlerin E-Şikâyetlerinin Değerlendirilmesi: Göreme Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 22(2), 304-322. <https://doi.org/10.24010/soid.1599464>
- Doğan, S., Yücel Güngör, M., & Tanrısevdı, A. (2016). Çevrimiçi tüketici yorumlarının içerik analizi yoluyla incelenmesi: Kuşadası'ndaki yiyecek ve içecek işletmeleri üzerinde bir araştırma, *Uluslararası Hakemli Pazarlama ve Pazar Araştırmaları Dergisi*, 3(9), 1-20.
- Erdem, Ö. & Yay, Ö. (2017). TripAdvisor'daki Müşteri Şikâyetlerinin Değerlendirilmesi: Antalya Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 227-249
- Gençer, K., & Keşkekçi, D. (2022). Yiyecek İçecek İşletmelerine Yönelik Çevrimiçi Şikâyetlerin Değerlendirilmesi: İstanbul'da Yer Alan Uzak Doğu Restoranları Örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14 (3), 2470-2469.
- Gençer, K., & Keşkekçi, D. (2023). Çocuk Dostu Restoranlara Yönelik Çevrimiçi Şikâyetlerin Değerlendirilmesi: İstanbul Örneği. *Aydın Gastronomy*, 7(2), 187-204. <https://izlik.org/JA54FK75RK>
- Grönroos, C. (1988). Service Quality: The Six Criteria of Good Perceived Service Quality. *Review of Business*, 9, 10-13.
- Gürcü, E., & Demirkol, Ş. (2023). Türkiye'deki uçak temalı restoranlara yönelik e-şikâyetlerin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(1), 347-371. <https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1196>
- Hart, C. W. L., Heskett, J. L., & Sasser, W. E. (1990). The profitable art of service recovery. *Harvard Business Review*, 68(4), 148-156.
- Hoffman, K. D., Kelley, S. W., & Rotalsky, H. M. (1995). Tracking service failures and employee recovery efforts. *Journal of Services Marketing*, 9(2), 49-61.
- İbiş, S., Kızıldemir, Ö., & Çöp, S. (2019). İstanbul'daki Çin restoranlarına yönelik yapılan yorumların ve e-şikâyetlerin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 505-521.
- İspir, M. (2022). Elazığ'da yiyecek içecek hizmeti sunan restoranlara ilişkin tüketici şikâyetlerinin değerlendirilmesi: Elektronik ağızdan ağıza iletişim ortamı TripAdvisor örneği. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 4(2), 57-68. <https://doi.org/10.51525/johti.1149486>
- Kılınç, O. (2011). Restoran işletmelerinde hizmet garantisi uygulamaları ve müşteri tercihlerine etkileri (Doktora tezi). Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın
- Kızılcık, O., & Akyürek, S. (2021). Yeşil restoranlarda hizmet alan müşterilerin memnuniyet ve şikâyetlerinin incelenmesi: Akdeniz ülkelerinden örnekler. *Balikesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(46-1), 1415-1431. <https://doi.org/10.31795/baunsobed.1019648>

- Kitapçı, O. (2008). Restoran hizmetlerinde müşteri şikâyet davranışları: Sivas ilinde bir uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31, 111–120.
- Kodaş, B., & Üzülmüş, M. (2021). Mardin ve Diyarbakır’da yer alan restoranlara yönelik müşteri şikâyetlerinin incelenmesi: TripAdvisor örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(2), 485–505.
- Kozak, M. (2007). Turizm sektöründe tüketicilerin şikâyetlerini bildirme eğilimleri. *Yönetim ve Ekonomi*, 14(1), 137–151.
- Magnini, V. P., & Ford, J. B. (2004). Service failure recovery in China. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(5), 279–286. <https://doi.org/10.1108/09596110410550876>
- Miller, J. L., Craighead, C. W., & Karwan, K. R. (2000). Service recovery: A framework and empirical investigation. *Journal of Operations Management*, 18(4), 387–400.
- Mueller, R. D., Palmer, A., Mack, R., & McMullan, R. (2003). Service in the restaurant industry: An American and Irish comparison of service failures and recovery strategies. *International Journal of Hospitality Management*, 22(4), 395–418.
- Oğuzbalaban, G. (2023). Safranbolu restoranlarına yönelik çevrimiçi müşteri şikâyetlerinin analizi: TripAdvisor örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(4), 2898–2915. <https://doi.org/10.21325/jotags.2020.744>
- Olçay, A., & Özekici, Y. K. (2015). *Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Hizmet Hataları, Telafi Yöntemleri ve Müşteri Memnuniyeti İlişkisi (Gaziantep Örneği)*. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(41), 1254–1268.
- Onorati, M. G., & Giardullo, P. (2020). Social media as taste re-mediators: Emerging patterns of food taste on TripAdvisor. *Food, Culture & Society*, 23(3), 347–365. <https://doi.org/10.1080/15528014.2020.1715074>
- Özdemir, S. (2023). Sinop’ta yöresel yiyecek içecek hizmeti sunan restoranlara ilişkin müşteri şikâyetlerinin değerlendirilmesi: TripAdvisor örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(4), 3077–3092.
- Özdemir, H. & Avcı, M.S. (2019). Müşteri Affeder mi? (Zincir Süpermarketlerde Hizmet Hataları ve Telafileri Üzerine Nitel Bir Araştırma). *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(1), 549–564.
- Scanlan, L., & McPhail, J. (2000). Forming service relationships with hotel business travelers: The critical attributes to improve retention. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 24(4), 491–513.
- Schall, M. (2003). Best practices in the assessment of hotel-guest attitudes. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 44(2), 51–65.
- Seyitoğlu, F., & Ivanov, S. (2020). A conceptual study of the strategic role of gastronomy in tourism destinations. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 100230.

- Sparks, B. A., & Bradley, G. L. (2014). A “Triple A” typology of responding to negative consumer-generated online reviews. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(6), 719–745.
- Şahin, S., Girgin, G. K., Kazoğlu, İ. H., & Nur, G. (2018). Gastronomi turistlerinin e-şikâyet davranışları üzerine bir araştırma: Alaçatı örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 68–82.
- Şahin Perçin, N., & Çay, G. (2025). Konya ilindeki yöresel restoranlara yönelik e-şikâyetlerin içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmesi. *Tourism and Recreation*, 7(1), 11-24. <https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1491636>
- Şahin Perçin, N., & Yiğit, S. (2020). TripAdvisor’da yer alan yiyecek ve içecek işletmeleri hakkındaki e-şikâyetlerin değerlendirilmesi: Kapadokya bölgesi örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2985–3001.
- Şen, M.A. (2021). TripAdvisor Kullanıcılarının Restoranlardaki Olumsuz Deneyimlerine İlişkin Yorumlarının İncelenmesi: Trabzon Örneği *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(3), 1771–1786. <https://doi.org/10.21325/jotags.2021.867>
- Şengül, S., Çavuş, O., & Taşkın, E. (2018). Analysis of E-Complaints for Restaurant Enterprises in the World’s 50 Best Restaurant List. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(1), 320–334. Retrieved from <https://jotags.net/index.php/jotags/article/view/370>
- Taştan, H., & Kızılcık, O. (2017). Kahramanmaraş’ta bulunan yiyecek içecek işletmelerine yönelik TripAdvisor.com’da paylaşılan şikâyetlerin sınıflandırılması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1), 270–284.
- Tosun, N., & Söyük, S. (2019). Şikâyet Yönetimi Perspektifinden Müşteri Memnuniyeti ve Davranışsal Niyet Üzerine Kavramsal Bir Model Önerisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(4), 1873-1887. <https://izlik.org/JA88KN87KH>
- Türkoğlu, A. (2007). *Hizmet hatasının telifisi ve müşteri tatmini üzerindeki etkileri: KKTC’deki dört ve beş yıldızlı otel ve tatil köylerinde yapılan bir uygulama* (Yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Unur, K., Erdem, A. & Şeker, F. (2017). Adana İlinde Bulunan Restoranlara Yönelik İnternet Üzerinden Yapılan Tüketici Şikâyetlerinin İncelenmesi: TripAdvisor.Com Örneği. 1. Uluslararası Turizmin Geleceği, İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi (FUTOURİSM), 28-30 Eylül, Mersin. 1366-1376.
- Uzut, İ. (2025). Michelin Yıldızlı Restoranlara Yönelik E-Şikâyetlerin Analizi: Türkiye Örneği (An Analysis of E-Complaints in Michelin-Starred Restaurants: The Case of Türkiye). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 13(3), 2611–2633. <https://doi.org/10.21325/jotags.2025.1680>

- Ünal, A., Çelen, O., & Bayar, S. B. (2021). A study on the analysis of e-complaints against food and beverage businesses: The case of Alaçatı. *SSD Journal*, 6(28), 105–122. <https://doi.org/10.31567/ssd.514>
- Yamaç Erdoğan, Z., (2021). Uzakdoğu mutfağı konseptli etnik restoranlar hakkındaki müşteri şikâyetlerinin analizi. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*. 1 (2), 35-50
- Yaşar, Z. (2019). Kastamonu’da yöresel yiyecek içecek hizmeti sunan restoranlara ilişkin tüketici şikâyetlerinin değerlendirilmesi: TripAdvisor örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 241–250.
- Zeng, G., Cao, X., Lin, Z., & Xiao, S. H. (2020). When online reviews meet virtual reality: Effects on customer hotel booking. *Annals of Tourism Research*, 81, 102860.

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Üzerine Güncel Araştırmalar- VII

Editörler:

Doç. Dr. Hasibe YAZIT

Doç. Dr. Kansu GENÇER