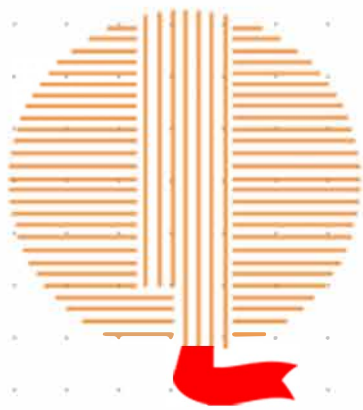


Scientific
Refereed
Semi-Annual

ISSN 2822-6739



AS
ANATOLIA SOCIAL
RESEARCH JOURNAL

Issue :1
Volume :5
2026



ANATOLIA SOCIAL RESEARCH JOURNAL

2026, Cilt 5, Sayı 1
Çevrimiçi Basım Tarihi: Mart 2026

2026, Volume 5, Issue 1
Publishing Date: March, 2026

Anatolia Social Research Journal **Yılda 2 Defa** Yayınlanmaktadır. Mart ve Ekim aylarında yayınlanan hakemli ve süreli bir e-dergidir. Dergide yer alan yazılar kaynak gösterilmeksizin alıntılanamaz. Dergide yer alan yazıların sorumluluğu yazarlarına aittir. Dergi; ideal online ve Google scholar tarafından endekslenmektedir.

www.anadolusosyal.com
anatoliasocialresearchjournal@gmail.com

Anatolia Social Research Journal Adına

Editör – Editor
Doç. Dr. Murat ARSLANDERE

Dergi Sekreteryası / Journal Secretariat
Arş. Gör. Murat SAYDAM

Editör Yardımcıları / Associate Editors
Doç. Dr. Yusuf ER
Dr. Öğr. Üyesi Ali ŞEN
Öğr. Gör. Dr. Mustafa AKTURFAN

Alan Editörleri (Field Editors)

**Rekreasyon ve Rekreasyon Yönetimi
Bölümü**
Prof. Dr. Hamdi Alper Güngörmüş
Dr. Öğr. Üyesi Leonard Stoica

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Prof. Dr. Selda UCA
Prof. Dr. Kim Jung Soo

Turizm Bölümü
Prof. Dr. Yasin Bilim
Prof. Dr. Carlos Fernandes

İşletme ve Ekonomi Bölümü
Prof. Dr. Mehmet Melemen

Yayın Dili / Language

Türkçe-İngilizce / Turkish– English

BİLİM KURULU – SCIENTIFIC BOARD

- Prof. Dr. Serkan ADA, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Aydın ŞENTÜRK, Dumlupınar Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Cihan COBANOGU, University of South Florida, Amerika Birleşik Devletleri
- Prof. Dr. İsmet KAYA, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Mehmet ÖZDEMİR, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Salih YEŞİL, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Mehmet MELEMEN, Marmara Üniversitesi, Türkiye
- Prof. Dr. Muratbek KOCOBKOV, Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi, Kırgızistan
- Prof. Dr. Kim Jung Soo, Pai Chai University, Kore
- Prof. Dr. Nurudin KIRALİEV, Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi, Kırgızistan
- Doç. Dr. Ali TÜRKER, Muş Alparslan Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Alper DOĞAN, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Emel GELMEZ, Selçuk Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Hasan Hüseyin YILDIRIM, Balıkesir Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Kazım KARABOĞA, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Mehmet DEMİREL, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Mehmet İLKİM, İnönü Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Mohammad ABUBAKAR, Antalya Bilim Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. Mustafa Can KOÇ, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Türkiye
- Doç. Dr. On-Ook OH, University of Colorado Denver, Amerika Birleşik Devletleri
- Doç. Dr. Rustamjon URİNBOYEV, Lund University, İsveç
- Doç. Dr. Bobir TURSUNOV, Tashkent State University of Economics, Özbekistan
- Doç. Dr. Cengiz BUYAR, Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi, Kırgızistan
- Doç. Dr. Shayzak KHOLMUMİNOV, Taşkent Devlet Üniversitesi, Özbekistan
- Doç. Dr. Mokhichexra KURBANBEKOVA, Taşkent Devlet Üniversitesi, Özbekistan
- Dr. Öğr. Üyesi Muhittin ÇAVUŞOĞLU, Northern Arizona University, Amerika Birleşik Devletleri
- Dr. Öğr. Üyesi Wencui Han, University of Illinois, Amerika Birleşik Devletleri
- Dr. Öğr. Üyesi Leonard Stoica, Dunarea de Jos University, Galati, Romanya
- Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ, Mersin Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Öğr. Üyesi Mustafa YILMAZ, Karabük Üniversitesi, Türkiye
- Dr. Mustafa AKTURFAN, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi- Türkiye
- Dr. Serkan SEMİNT, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi- Türkiye
- Arş. Gör. Murat SAYDAM, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi- Türkiye
- Dr. Talha GEZGİN, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi- Türkiye

ANATOLIA SOCIAL RESEARCH JOURNAL AMAÇ VE KAPSAMI

Amaç ve Kapsam

Anatolia Social Research Journal (AS), Turizm, Rekreasyon ve Rekreasyon Yönetimi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, İşletme ve Ekonomi alanlarında Türkçe ve İngilizce hazırlanmış bilimsel makalelerin yayınlanmasını amaçlar.

Derginin önceliği “bilimsel araştırma makaleleri” olmakla birlikte, “editöre mektup” ve “kitap incelemesi” türünden çalışmalarda yazım kurallarına uygun hazırlanmış olması koşuluyla değerlendirmeye kabul edilir. Derginin yayın dili Türkçe ve İngilizce’dir. Değerlendirilmek üzere dergimize gönderilen metinlerin, daha önce yayınlanmamış, yayınlanmak üzere kabul edilmemiş ve yayınlanmak için değerlendirilme sürecinde olmaması gerekir. Değerlendirme sürecinde olan ve yayınlanan eserlerin sorumluluğu tümüyle yazar (lar) aittir.

Editör

Doç. Dr. Murat ARSLANDERE

Orijinal Makale / Original Article

Sayfa / Page

Gastrodiplomasi Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi
(Fatma YABANOĞLU, Zührem YAMAN)

5-29

Diyarbakır İlinin Mutfak Kültürünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Girme Potansiyelinin SWOT Analizi Çerçevesinde Değerlendirilmesi
(Başak BOZ , Fatih KAYRAN)

30-44

Beyşehir Mutfak Kültüründe Göl Balıkları Üzerine Nitel Bir Araştırma
(Yılmaz SEÇİM, Mehmet Berk AYDIN, Ayşe Büşra MADENCİ)

45-71

Yemek Stilizliğine Yönelik İlgi, Kullanma Durumları ve Bilgi Düzeyleri: Aşçılık ve Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama
(Naciye GÜLSOY, Erol GEÇGİN)

72-85

Geographical Indication-Registered Gastronomy Products of Nevşehir Province: Current Status, Potential and Effects on Gastronomy Tourism
(Osman ÖZER)

86-96

Measuring Export Performance with Accounting-Based Financial Indicators: A Proposed Integrated Conceptual Model
(İsmail ATABAY)

97-110

İnsan Sermayesi Yoğunluğu Operasyonel Performansı Artırır mı? Türk Bankacılık Sektöründen Ampirik Kanıtlar
(Servet SAY)

111-122

Gastrodiplomasi Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

Fatma YABANOĞLU^a, Zührem YAMAN^b

^aYüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya, Türkiye,
fatmaayabanoglu@gmail.com - ORCID: 0009-0008-4440-2729

^bDoç. Dr. Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya, Türkiye,
zuhremyaman@gmail.com - ORCID: 0000-0001-9796-7063

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, gastrodiplomasi alanındaki akademik yayınları bibliyometrik yöntemlerle inceleyerek mevcut literatürü sistematik bir çerçevede değerlendirmektir. Bu kapsamda, alandaki akademik boşlukların belirlenmesi, araştırmacılar için yol gösterici bir perspektif sunulması ve politika yapıcılar açısından gastrodiplomasi uygulamasının uygulama potansiyelinin ortaya konulması hedeflenmiştir. Ayrıca turizm, kültür yönetimi, gastronomi ve iletişim alanlarında çalışan uzmanlara stratejik içgörüler sağlanması amaçlanmaktadır. Çalışmanın verileri, Web of Science (WOS) veri tabanından ilgili anahtar kelimeler kullanılarak elde edilen toplam 49 yayından oluşmaktadır. Veriler, Web of Science bibliyometrik tabloları ile birlikte Bibliometrix (R) paketi ve VOSviewer yazılımı kullanılarak analiz edilmiştir. Bulgulara göre 2023 yılı en fazla yayın yapılan yıl olurken, İngilizce en yaygın yayın dili olarak öne çıkmıştır. Ayrıca *Recipes for Gastrodiplomacy* en çok atıf alan yayın, *Place Branding and Public Diplomacy* ise en üretken dergi olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastrodiplomasi, Mutfak diplomasisi, Yemek diplomasisi, Bibliyometrik Analiz, Yumuşak güç

Bibliometric Analysis of Studies on Gastrodiplomacy

ABSTRACT

The aim of this study is to systematically evaluate the existing literature in the field of gastrodiplomacy by examining academic publications using bibliometric methods. In this context, the study aims to identify academic gaps in the field, provide a guiding perspective for researchers, and reveal the potential for application of gastrodiplomacy for policymakers. It also aims to provide strategic insights for experts working in the fields of tourism, cultural management, gastronomy, and communication. The data for the study consists of a total of 49 publications obtained from the Web of Science (WOS) database using relevant keywords. The data were analyzed using Web of Science bibliometric tables, the Bibliometrix (R) package, and VOSviewer software. According to the findings, 2023 was the year with the most publications, and English emerged as the most common language of publication. Furthermore, *Recipes for Gastrodiplomacy* was identified as the most cited publication, and *Place Branding and Public Diplomacy* as the most productive journal.

Keywords: Gastrodiplomacy, Culinary Diplomacy, Food Diplomacy, Bibliometric Analysis, Soft Power

Received: 13.12.2025

Accepted: 20.03.2026

Published: 29.03.2026

Cite as: Yabanoğlu, F., & Yaman, Z. (2026). Gastrodiplomasi konulu çalışmaların bibliyometrik analizi. *Anatolia Social Research Journal*, 5 (1), 5-29.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.19307922>

EXTENDED ABSTRACT

Purpose

Gastrodiplomacy has emerged as an increasingly significant research field at the intersection of cultural diplomacy, public diplomacy, international relations, gastronomy, and tourism studies. As states increasingly employ food and culinary culture as instruments of soft power, the academic literature on gastrodiplomacy has expanded rapidly, particularly over the last decade. Despite this growth, the field remains fragmented, multidisciplinary, and conceptually diverse. Therefore, a systematic examination of the existing academic output is necessary to understand the intellectual structure, thematic evolution, and research trends within gastrodiplomacy studies.

The primary purpose of this study is to analyze academic publications on gastrodiplomacy using bibliometric methods in order to map the development of the field, identify dominant themes, influential publications, productive journals, and collaboration patterns among authors and countries. By doing so, the study aims to provide a comprehensive overview of the current state of gastrodiplomacy research and to identify potential research gaps that may guide future theoretical and empirical studies. Additionally, the study seeks to contribute to the literature by clarifying how gastrodiplomacy is positioned within broader discussions of soft power, nation branding, and cultural diplomacy.

Design/Methodology/Approach

This study adopts a bibliometric research design, which enables the quantitative and relational analysis of scientific publications within a defined research field. Bibliometric analysis is particularly suitable for identifying publication trends, citation structures, keyword networks, and patterns of scholarly collaboration. The data for the study were retrieved from the Web of Science (WoS) Core Collection database on December 9, 2025. WoS was selected due to its rigorous editorial standards, multidisciplinary coverage, and its capacity to provide reliable citation and bibliographic data.

The search strategy included the following keywords: “gastrodiplomacy,” “gastro diplomacy,” “culinary diplomacy,” “food diplomacy,” “gastrodiplomasi,” “mutfak diplomasisi,” and “yemek diplomasisi.” No time restrictions were applied, and all publication years indexed in the database were included. Only peer-reviewed research articles and review articles were considered, while other document types were excluded. As a result of the screening process, a total of 49 publications published between 2011 and 2025 were included in the analysis.

Data analysis was conducted using three complementary tools. First, descriptive statistics provided by the Web of Science platform were used to examine publication years, languages, document types, and journal distributions. Second, VOSviewer software was employed to visualize co-authorship networks, country collaborations, and keyword co-occurrence maps. Third, the Bibliometrix package (R) was used to analyze citation performance and additional bibliometric indicators. Together, these methods enabled a multidimensional assessment of the gastrodiplomacy literature.

Findings

The findings indicate a significant increase in academic interest in gastrodiplomacy, particularly after 2020. The year 2023 emerged as the most productive year, with the highest number of publications. The majority of the analyzed studies were research articles, while review articles constituted only a small proportion of the sample. English was identified as the dominant publication language, accounting for nearly 88% of all publications, highlighting the global academic orientation of the field.

In terms of research methods, qualitative approaches were overwhelmingly prevalent, with only a limited number of studies employing mixed methods. This finding suggests that gastrodiplomacy research is largely interpretive and conceptual in nature. Citation analysis revealed that publications focusing on soft power, nation branding, and cultural diplomacy received the highest number of citations. “Recipes for

Gastrodiplomacy” was identified as the most cited publication, while *Place Branding and Public Diplomacy* emerged as the most productive journal in the field.

Keyword co-occurrence analysis demonstrated that “gastrodiplomacy” occupies a central position within the literature and is strongly associated with concepts such as “public diplomacy,” “soft power,” “nation branding,” and “cultural diplomacy.” Recent trends indicate a growing interest in themes such as food aesthetics, comfort food, migrant cuisines, and urban identity, suggesting a gradual shift toward more critical and socially oriented perspectives. Co-authorship analysis revealed weak collaboration networks, indicating that research in this field is largely conducted by individual scholars or small research teams rather than large, interconnected academic communities.

Practical Implications

The results of this study provide several practical implications for researchers, policymakers, and cultural institutions. For researchers, the findings offer a structured overview of the gastrodiplomacy literature, facilitating the identification of underexplored themes and methodological gaps. The limited use of quantitative and mixed methods suggests opportunities for more diverse methodological approaches in future studies.

For policymakers and cultural diplomacy practitioners, the study highlights the growing academic recognition of gastronomy as a strategic soft power tool. Understanding the dominant narratives and successful case studies in the literature may inform the design of more effective gastrodiplomacy initiatives. Additionally, the weak international collaboration networks identified in the analysis suggest the need for greater cross-national academic cooperation to strengthen the theoretical depth and global relevance of gastrodiplomacy research.

Originality / Value

This study offers an original contribution by providing a comprehensive bibliometric analysis of gastrodiplomacy research based on an internationally recognized database. By systematically mapping publication trends, thematic structures, and scholarly networks, the study enhances the conceptual clarity of the field and positions gastrodiplomacy within broader discussions of soft power and cultural diplomacy. The findings not only contribute to the academic literature but also offer a valuable reference point for future interdisciplinary research on gastronomy and diplomacy.

1. GİRİŞ

Günümüzde ülkeler, uluslararası sistemde yalnızca askeri, politik ve ekonomik kapasiteleriyle değil; kültürel ve toplumsal kaynakları aracılığıyla da görünürlük ve etki alanı oluşturmaktadır. Bu bağlamda yumuşak güç kavramı, ülkelerin başkalarını zorlayıcı araçlar yerine kültür, değerler ve çekicilik unsurları yoluyla etkileme kapasitesine işaret etmektedir (Nye, 2004). Yumuşak güç, devletlerin uluslararası algılarını şekillendirmede ve uzun vadeli ilişkiler kurmada önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir. Bu süreçte dil, eğitim, spor, inanç sistemleri ve kültürel üretimler gibi unsurlar, ülkelerin küresel ölçekte tanınırlığını ve itibarını artıran stratejik kaynaklar hâline gelmiştir (Kodaz & Açıklan, 2024).

Yumuşak güç unsurları arasında mutfak kültürü, evrensel erişilebilirliği ve gündelik yaşamla doğrudan ilişkisi nedeniyle son yıllarda giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Ulusal mutfaklar, bir ülkenin tarihsel birikimini, coğrafi koşullarını, toplumsal yapısını ve kültürel değerlerini yansıtan sembolik araçlar olarak uluslararası kamuoyuna sunulmaktadır. Bu bağlamda ortaya çıkan gastrodiplomasi kavramı, ülkelerin mutfak kültürlerini bilinçli ve stratejik bir biçimde kullanarak uluslararası alanda olumlu bir imaj oluşturma ve kültürler arası etkileşimi artırma çabalarını ifade etmektedir. Gastrodiplomasi, yalnızca gastronomik tanıtımı değil; aynı zamanda kültürel bağ kurma, karşılıklı anlayış geliştirme ve yumuşak güç kapasitesini artırma hedeflerini de içermektedir (Özdemir, 2019).

Son yıllarda gastrodiplomasi alanında yapılan akademik çalışmaların sayısındaki belirgin artış, bu alanın disiplinler arası bir araştırma konusu hâline geldiğini göstermektedir. Uluslararası ilişkiler, turizm, gastronomi,

kültürel çalışmalar ve kamu diplomasisi gibi farklı disiplinlerin kesişim noktasında yer alan gastrodiplomasi hem teorik hem de uygulamalı araştırmalara konu olmaktadır. Ancak literatürdeki bu hızlı artış, alanın genel eğilimlerinin, temel araştırma temalarının ve akademik iş birliklerinin sistematik bir şekilde analiz edilmesini gerekli kılmaktadır.

Bu noktada bibliyometrik analiz yöntemi, bilimsel üretimin niceliksel ve niteliksel olarak değerlendirilmesine olanak tanıyan önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır. Bibliyometrik analiz, belirli bir alandaki yayın sayıları, atıf ağları, anahtar kavramlar ve yazar iş birlikleri gibi unsurları inceleyerek araştırma alanının gelişim dinamiklerini ortaya koymaktadır (Aria & Cuccurullo, 2017). Gastrodiplomasi üzerine gerçekleştirilen bibliyometrik çalışmalar, alanın kuramsal çerçevesinin nasıl şekillendiğini, hangi temaların öne çıktığını ve gelecekte hangi araştırma yönelimlerinin güçlenebileceğini göstermesi açısından önem taşımaktadır.

Bu bağlamda, gastrodiplomasi alanında yapılan akademik çalışmaların bibliyometrik yöntemlerle incelenmesi, hem literatürün mevcut durumunun bütüncül biçimde değerlendirilmesine hem de alandaki araştırma boşluklarının tespit edilmesine katkı sağlamaktadır. Ayrıca bu tür analizler, gelecekte yapılacak teorik ve ampirik çalışmalara yol gösterici bir çerçeve sunarak gastrodiplomasi akademik görünürlüğünü ve bilimsel derinliğini artırmaktadır. Bu çalışma, gastrodiplomasi literatürünü bibliyometrik analiz yöntemiyle ele alarak alanın gelişim sürecini, öne çıkan temalarını ve akademik iş birliği ağlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu çalışma, gastrodiplomasiyi yumuşak güç ve kültürel diplomasi bağlamında ele almakta ve alanın akademik gelişimini bibliyometrik analiz yöntemiyle incelemeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda kavramsal çerçeve; yumuşak güç, kültürel diplomasi, kamu diplomasisi ve gastrodiplomasi kavramları etrafında yapılandırılmıştır.

2.1. Gastrodiplomasi

Gastrodiplomasi kavramı, literatürde farklı akademisyenler tarafından çeşitli boyutlarıyla ele alınmakta ve genellikle yumuşak güç bağlamında tanımlanmaktadır. En yaygın kullanılan tanımlardan biri, gastrodiplomasiyi “insanların kalplerine ve zihinlerine mideleri aracılığıyla ulaşma sanatı” olarak ifade etmektedir (Rockower, 2012). Pham (2013) ise kavramı, “bir milletin mutfak mirasını ihraç etme uygulaması” şeklinde tanımlayarak ulusal mutfakların uluslararası alanda bir tanıtım unsuru olarak kullanılmasına vurgu yapmaktadır. Benzer şekilde Chapple-Sokol (t.y.), gastrodiplomasiyi “yemek ve mutfağın, kültürlerarası anlayışı yaratmak ve iş birliğini geliştirmek amacıyla bir araç olarak kullanılması” şeklinde açıklamaktadır. Oxford Encyclopedia’da yer alan tanımda ise gastrodiplomasi, “devletlerin yiyeceği bir araç olarak kullanarak diğer halklara ikna edici kültürel mesajlar göndermesini sağlayan stratejik bir yaklaşım” olarak ele alınmaktadır.

Türkçe literatürde de gastrodiplomasi kavramına yönelik tanımlar giderek artmaktadır. Soner (2022), “Gastronomiye Diplomasi Penceresinden Bakış” başlıklı çalışmada gastrodiplomasiyi; ülkelerin kendi gastronomi kültürlerini tanıtmak, uluslararası imajlarını güçlendirmek ve turizmi artırmak gibi amaçlarla başvurdukları bir kamu diplomasisi aracı olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlar bir arada değerlendirildiğinde, gastrodiplomasi yalnızca yemek kültürünün tanıtımıyla sınırlı olmadığı; kültürel etkileşim, algı yönetimi ve uluslararası iş birliği süreçlerini kapsayan çok boyutlu bir kavram olduğu görülmektedir.

Gastrodiplomasi, kültürel diplomasi bir alt alanı ve devletlerin yumuşak güç unsurlarından biri olarak değerlendirilmektedir (Mark, 2009; Nye, 2004). Küreselleşme süreci ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, ülkeler arası ilişkilerde güç kavramının yeniden tanımlanmasına yol açmıştır. Uluslararası ilişkilerde yalnızca askeri ve ekonomik güç unsurları belirleyici olmayıp, kültürel etkileşim ve sembolik değerler de önemli bir rol oynamaktadır (Cummings, 2003). Bu bağlamda kültürel diplomasi, devletlerin kendi kültürel değerlerini, tarihlerini, dillerini, sanatlarını ve yaşam biçimlerini uluslararası alanda tanıtarak diğer

toplumlar nezdinde sempati ve güven oluşturmaya amaçlayan bir dış politika aracı olarak öne çıkmaktadır (Mark, 2009).

Kültürel diplomasinin tarihsel gelişimi incelendiğinde, özellikle Soğuk Savaş döneminde Amerika Birleşik Devletleri ve Sovyetler Birliği tarafından film, müzik, edebiyat ve sanat gibi kültürel araçlar aracılığıyla yoğun biçimde kullanıldığı görülmektedir (Arndt, 2005). Nye'a (2011) göre, kültürel diplomasi devletlerin uzun vadeli dış politika hedeflerine ulaşmalarında vazgeçilmez bir destek mekanizmasıdır. Bu çerçevede kültürel diplomasinin devletlere sağladığı temel katkılar üç başlık altında toplanabilir. Birincisi, pozitif ve güvenilir bir ulusal kimlik oluşturarak imaj yönetimini desteklemesidir. İkincisi, uluslararası toplumda kabul görmeyi kolaylaştırarak siyasi meşruiyet sağlamasıdır. Üçüncüsü ise turizm, marka değeri ve yaratıcı endüstrilerin gelişimine katkı sunarak ekonomik etki yaratmasıdır. Gastrodiploması de bu katkıları gastronomi ekseninde somutlaştıran çağdaş bir kültürel diplomasi aracı olarak değerlendirilmektedir.

Gastrodiploması kavramı, literatürde ilk kez 2002 yılında *The Economist* dergisinde yayımlanan ve yazarı belirtilmeyen “Global Thai” başlıklı makalede kullanılmıştır. Söz konusu makalede, Tayland hükümetinin ulusal mutfağını küresel ölçekte tanıtmak amacıyla yürüttüğü çeşitli faaliyetlere yer verilmiştir. Bu girişimlerin temel hedefi, Tayland mutfağı aracılığıyla ülkeye yönelik turistik ilgiyi artırmak ve aynı zamanda Tayland’ın diğer ülkelerle olan kültürel ve diplomatik ilişkilerini güçlendirmektir (Bucak & Yiğit, 2019; *The Economist*, 2002).

Tayland hükümeti, bu ilk uygulamanın ardından gastrodiplomasıyı daha kurumsal bir çerçevede ele alarak Dışişleri Bakanlığı Halkla İlişkiler Departmanı bünyesinde “Thailand: Kitchen of the World” (Tayland: Dünyanın Mutfağı) adlı ikinci kampanyayı başlatmıştır. Bu kampanya kapsamında Tayland’ın tarımsal üretim kapasitesinin vurgulanması, ulusal yemek kültürüne ilişkin farkındalık oluşturulması ve Tay mutfağının en bilinen yemeklerinin uluslararası alanda tanıtılması amaçlanmıştır. Böylece gastronomi, Tayland’ın kültürel çekiciliğini artıran stratejik bir dış politika aracı olarak konumlandırılmıştır (Rockower, 2012; Sunanta, 2005).

2.2. Gastrodiploması ve Yumuşak Güç

Küreselleşme süreciyle birlikte devletlerin uluslararası alandaki temsil biçimleri çeşitlenmiş, kültür temelli diplomasi araçları dış politika pratiklerinde giderek daha görünür hâle gelmiştir. Bu bağlamda gastrodiploması, ulusal mutfakların bir iletişim ve etkileşim aracı olarak kullanılması yoluyla ülkelerin kültürel çekiciliğini artırmayı amaçlayan önemli bir diplomasi türü olarak öne çıkmaktadır. Yemek kültürünün evrensel dili sayesinde toplumlar arasında duygusal bağlar kurulabilmekte ve uluslararası kamuoyunda olumlu algılar oluşturulabilmektedir (Yılmaz & Taş, 2021). Gastrodiploması bu yönüyle, zorlayıcı güç unsurlarına başvurmadan etki yaratmayı hedefleyen yumuşak güç yaklaşımının somut ve etkili uygulama alanlarından biri olarak değerlendirilmektedir (Kalm, 2018; Çevik & Aslan, 2020).

Yumuşak güç kavramı, uluslararası ilişkiler literatüründe devletlerin diğer aktörleri zorlayıcı araçlar kullanmadan, kültürel çekicilik, değerler ve meşruiyet üzerinden etkileme kapasitesini ifade etmektedir. Kavram ilk olarak Joseph S. Nye tarafından ortaya atılmış olsa da günümüzde özellikle kültürel diplomasi, kamu diplomasisi ve ulusal markalaşma bağlamında genişletilerek ele alınmaktadır. Yumuşak güç; askeri ve ekonomik yaptırımlara dayanan sert güçten farklı olarak, ikna, cazibe ve gönüllü benimseme unsurlarına dayanmaktadır (Kalm, 2018).

Türkiye bağlamında yumuşak güç, son yıllarda dış politika söylemi ve uygulamalarında belirgin bir şekilde öne çıkmaktadır. Kamu diplomasisi faaliyetleri, kültürel mirasın tanıtımı, insani diplomasi ve kültür temelli etkileşimler Türkiye’nin yumuşak güç kapasitesini artırmaya yönelik önemli araçlar olarak değerlendirilmektedir. Bu süreçte Yunus Emre Enstitüsü, Türkiye Maarif Vakfı ve TİKA gibi kurumlar aracılığıyla yürütülen faaliyetler, kültürel çekiciliğin kurumsallaşmasına katkı sağlamaktadır (Özkan, 2019).

Yumuşak gücün önemli bir bileşeni olan kültürel diplomasi, ulusal kimliğin ve kültürel değerlerin uluslararası kamuoyuna aktarılmasında kritik bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda gastronomi hem gündelik hayata temas etmesi hem de evrensel bir dil oluşturması nedeniyle yumuşak gücün etkili araçlarından biri

olarak öne çıkmaktadır. Yemek kültürü aracılığıyla oluşturulan olumlu algı, ülkelerin uluslararası görünürlüğünü ve marka değerini artırmaktadır (Yılmaz & Taş, 2021).

Sonuç olarak yumuşak güç, çağdaş uluslararası ilişkilerde devletlerin sürdürülebilir etki yaratabilmesi açısından stratejik bir kavramdır. Gastrodiplomasi ise, yumuşak gücün kültür temelli uygulama alanlarından biri olarak, ülkelerin uluslararası arenada algı yönetimi ve tanıtım faaliyetlerinde giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu nedenle yumuşak güç kavramının gastrodiplomasi çalışmaları bağlamında ele alınması, teorik ve uygulamalı açıdan anlamlı bir çerçeve sunmaktadır (Çevik & Aslan, 2020).

2.3. Dünyada Gastrodiplomasi Faaliyetleri

Günümüzde gastrodiplomasi, dünya genelinde ülkelerin mutfak kültürlerini ulusal kimlik, kültürel miras ve yumuşak güç unsurlarıyla ilişkilendirerek uluslararası tanıtım stratejilerinin önemli bir bileşeni hâline gelmiştir (Özdemir & Kurnaz, 2021). Mutfak kültürü, sadece beslenme pratiklerini değil; tarih, yaşam tarzı, toplumsal değerler ve kültürel sürekliliği temsil eden bir anlatı aracı olarak kullanılmaktadır (Şengül, 2020). Birçok ülke, gastronomiyi turizm politikaları, kültürel diplomasi faaliyetleri ve ulus markalama süreçleriyle bütünleştirerek küresel algı yönetiminde etkin bir araç olarak konumlandırmaktadır (Acar & Demir, 2022). Bu bağlamda gastrodiplomasi, kültürler arası etkileşimi artıran, ülkeler arası iş birliğini destekleyen ve uluslararası kamuoyunda olumlu imaj oluşturmaya hedefleyen stratejik bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır (Polat, 2023). Küresel ölçekte değerlendirildiğinde, gastronomik mirasın korunması, sürdürülebilirlik ilkeleri ve yerel değerlerin ön plana çıkarılması, gastrodiplomasi'nin ortak paydalarını oluşturmaktadır (Arslan & Yıldırım, 2021).

Gastrodiplomasi'nin küresel ölçekte benimsediği bu genel çerçeve, ülkelerin kendi tarihsel, kültürel ve sosyo-ekonomik dinamiklerine bağlı olarak farklı uygulama biçimleriyle somutlaşmaktadır (Özdemir & Kurnaz, 2021). Her ülke, sahip olduğu mutfak mirasını özgün değerler, geleneksel ürünler ve ulusal anlatılar üzerinden yeniden yorumlayarak gastrodiplomasiyi kendi dış politika ve tanıtım hedefleri doğrultusunda şekillendirmektedir (Şengül, 2020). Bu nedenle gastrodiplomasi uygulamalarının daha iyi anlaşılabilmesi için ülkelerin mutfak kültürlerini nasıl konumlandırıdıklarının ve hangi araçlarla uluslararası alana sunduklarının ayrı ayrı ele alınması gerekmektedir (Acar & Demir, 2022). Aşağıda, farklı coğrafyalardan seçilen ülke örnekleri üzerinden gastrodiplomasi'nin uygulama biçimleri, öne çıkan stratejileri ve kültürel temsil araçları incelenmektedir (Polat, 2023).

Güney Kore

Kimchi diplomasisi, Güney Kore'nin geleneksel fermente ürünü olan kimchiyi bir kültürel miras ve yumuşak güç unsuru olarak kullanarak uluslararası alanda ulusal imajını güçlendirmeyi amaçlayan gastrodiplomatik bir strateji olarak değerlendirilmektedir (Çevik & Aslan, 2020). Kimchi, Kore mutfağının sembolik bir unsuru olmasının ötesinde, sağlıklı beslenme, geleneksel yaşam biçimi ve kolektif kültür anlayışıyla ilişkilendirilerek küresel ölçekte tanıtılmaktadır (Kara & Sezgin, 2022). Güney Kore devleti, kimchiyi kültürel diplomasi kapsamında uluslararası etkinliklerde, fuarlarda ve tanıtım kampanyalarında ön plana çıkararak mutfak kültürünü ulus markalama politikalarıyla bütünleştirmiştir (Yıldırım, 2021). Bu süreçte kimchi, Kore dizileri ve popüler kültür unsurlarıyla birlikte sunulurken kültürel görünürlük artırılmış ve ülkenin yumuşak güç kapasitesine katkı sağlanmıştır (Çetin, 2020). Kimchi diplomasisi, yemek üzerinden yürütülen kültürel aktarımın uluslararası ilişkilerde etkili bir araç olabileceğini göstermesi açısından gastrodiplomasi literatüründe önemli bir örnek olarak ele alınmaktadır (Akdu & Akdu, 2018).

Malezya

Malezya mutfağı, çok etnili toplumsal yapının bir yansıması olarak Malay, Çin ve Hint mutfaklarının sentezinden oluşmakta ve bu çeşitlilik ülkenin gastrodiplomasi faaliyetlerinde temel bir anlatı unsuru olarak kullanılmaktadır (Çevik & Aslan, 2020). Malezya devleti, mutfak kültürünü uluslararası tanıtım stratejilerine dâhil ederek *Malaysia Kitchen for the World* gibi programlar aracılığıyla ulusal yemekleri küresel ölçekte görünür kılmayı hedeflemiştir (Akdu & Akdu, 2018). Nasi lemak, rendang ve satay gibi sembolik yemekler, Malezya'nın kültürel çoğulculuk, hoşgörü ve birlik söylemiyle ilişkilendirilerek ulus markalama sürecine

entegre edilmiştir (Akin & Bostancı, 2021). Bu süreçte Malezya mutfağı, yalnızca lezzet çeşitliliği üzerinden değil, aynı zamanda farklı kültürlerin bir arada yaşama pratiğini yansıtan bir kültürel diplomasi aracı olarak sunulmuştur (Çetin, 2020). Malezya örneği, mutfak kültürünün çok kültürlü toplumlarda uluslararası algı oluşturma ve yumuşak güç üretme açısından etkili bir araç olabileceğini göstermesi bakımından gastrodiploasi literatüründe önemli bir yere sahiptir (Yalçın, 2022).

Tayvan

Tayvan mutfağı, Çin mutfağının tarihsel etkileri ile yerel Tayvan kültürünün ve Japon sömürge döneminden kalan gastronomik unsurların birleşimi sonucu oluşmuş zengin ve çok katmanlı bir mutfak kültürünü temsil etmektedir (Özdemir, 2019). Bu mutfak kültürü, sokak lezzetlerinden geleneksel ev yemeklerine kadar geniş bir yelpazede sunularak Tayvan'ın kültürel çeşitliliğini ve günlük yaşam pratiklerini yansıtan önemli bir unsur hâline gelmiştir (Akdu & Akdu, 2018). Tayvan devleti, mutfak kültürünü uluslararası tanıtım stratejilerine dâhil ederek gastrodiploasi kapsamında Tayvan lezzetlerini kültürel kimlik ve ulus markalama söylemiyle birlikte sunmaktadır (Çevik & Aslan, 2020). Bu süreçte Tayvan mutfağı, “keşfedilmeye değer lezzetler” anlatısı üzerinden küresel gastronomi turizmiyle ilişkilendirilerek ülkenin yumuşak güç kapasitesine katkı sağlamaktadır (Akin & Bostancı, 2021). Tayvan örneği, mutfak kültürünün sadece beslenme alışkanlıklarını değil, aynı zamanda tarih, kimlik ve kültürel sürekliliği temsil eden etkili bir gastrodiploasi aracı olduğunu göstermesi açısından literatürde önemli bir yere sahiptir (Yalçın, 2022).

Yedi Akdeniz Ülkesi

Akdeniz Diyeti, Türkiye, İtalya, İspanya, Yunanistan, Fas, Hırvatistan ve Kıbrıs'ın ortak kültürel mirası olarak beslenme alışkanlıklarının ötesinde sosyal ilişkiler, üretim biçimleri ve yaşam tarzını kapsayan bütüncül bir gastronomik sistem olarak değerlendirilmektedir (Karaca & Yıldırım, 2021). Bu diyet modeli; zeytinyağı, tahıllar, sebze ve meyve ağırlıklı beslenmenin yanı sıra mevsimsellik, yerellik ve paylaşım kültürünü temel alan bir yaşam felsefesini yansıtmaktadır (Şengül & Türkay, 2019). Söz konusu yedi ülkenin çok uluslu başvurusu ile Akdeniz Diyeti'nin UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ne dâhil edilmesi, gastronomik mirasın kültürel diplomasi ve uluslararası iş birliği aracı olarak kullanılmasını mümkün kılmıştır (Gülbüz & Ceylan, 2020). Bu süreçte Akdeniz Diyeti, ortak tarihsel geçmiş ve benzer ekolojik koşullar üzerinden şekillenen kolektif bir kimlik anlatısı sunarak bölgesel dayanışmayı güçlendiren bir gastrodiploasi unsuru hâline gelmiştir (Arslan, 2022). Akdeniz Diyeti örneği, gastronominin çok aktörlü yapılar içinde sürdürülebilirlik, kültürel mirasın korunması ve uluslararası tanıtım açısından stratejik bir araç olarak değerlendirilebileceğini göstermektedir (Polat & Demir, 2023).

Çin

Çin mutfağı, Konfüçyüs Enstitüleri aracılığıyla düzenlenen gastronomi etkinlikleri, yemek festivalleri ve mutfak atölyeleri yoluyla uluslararası kamuoyuna tanıtılmakta ve Çin kültürünün gündelik yaşam pratikleri üzerinden aktarılması hedeflenmektedir (Çetin, 2020). Çin devleti, farklı bölgesel mutfakları ön plana çıkararak kültürel çeşitlilik vurgusu yapmakta ve bu yaklaşımı ulusal kimliğin kapsayıcı bir göstergesi olarak kullanmaktadır (Akdu & Akdu, 2018). Ayrıca Çin mutfağının sağlıklı beslenme, denge ve doğayla uyum ilkeleri üzerinden sunulması, Çin'in geleneksel değerlerini modern küresel söylemlerle ilişkilendirmesine olanak sağlamaktadır (Yalçın, 2022). Bu yönüyle Çin'in gastrodiploasi faaliyetleri, mutfak kültürünü yalnızca turizm ve tanıtım aracı olarak değil, aynı zamanda kültürel etkileşim ve uluslararası algı yönetimi aracı olarak konumlandırmaktadır (Çevik & Aslan, 2020).

Japonya

Japon mutfağının doğallık, mevsimsellik, estetik sunum ve denge ilkeleri üzerine inşa edilmiş yapısı, Japonya'nın kültürel değerlerini ve yaşam felsefesini yansıtan bir anlatı aracı olarak kullanılmaktadır (Akdu & Akdu, 2018). Bu bağlamda Japon hükümeti, sushi ve washoku gibi geleneksel yemekleri küresel ölçekte tanıtarak mutfak kültürünü turizm, kültürel diplomasi ve ulus markalama stratejileriyle bütünleştirmektedir (Çevik & Aslan, 2020). Washoku'nun 2013 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ne dâhil

edilmesi, Japon mutfağının uluslararası görünürliğini artırmış ve Japonya'nın yumuşak güç kapasitesine önemli katkı sağlamıştır (Çetin, 2020). Japonya örneği, mutfak kültürünün yalnızca beslenme pratiklerini değil, aynı zamanda estetik anlayışı, doğa ile uyum düşüncesini ve kültürel sürekliliği temsil eden etkili bir gastrodiplomasi aracı olduğunu göstermektedir (Yalçın, 2022).

Fransa

Fransız mutfağı; sofrada, ürün menşei, şarap kültürü ve estetik sunum anlayışıyla birlikte Fransa'nın tarihsel birikimini ve yaşam tarzını yansıtan güçlü bir kültürel anlatı sunmaktadır (Akdu & Akdu, 2018). Fransız hükümeti ve kültürel kurumlar, gastronomiyi uluslararası festivaller, diplomatik davetler ve eğitim programları aracılığıyla küresel ölçekte görünürlük sağlamaktadır (Çetin, 2020). “Fransız gastronomik yemeği”nin UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ne alınması, Fransa'nın mutfak kültürünü resmî bir yumuşak güç unsuru olarak konumlandırmasına katkı sağlamıştır (Çevik & Aslan, 2020). Bu yönüyle Fransa, gastronomiyi yalnızca turizm ve tanıtım aracı olarak değil, kültürel prestij, kalite algısı ve diplomatik etkileşim aracı olarak kullanan ülkeler arasında öne çıkmaktadır (Yalçın, 2022).

İspanya

İspanyol mutfağı; tapas kültürü, deniz ürünleri ve zeytinyağı temelli Akdeniz beslenme anlayışı üzerinden paylaşım, sosyallik ve yaşam kalitesi kavramlarıyla ilişkilendirilerek küresel ölçekte sunulmaktadır (Kurnaz & Serçeoğlu, 2020). İspanya devleti ve turizm otoriteleri, gastronomiyi ülkenin yaratıcı, yenilikçi ve kültürel açıdan zengin kimliğini vurgulayan bir tanıtım aracı olarak kullanmakta ve bu doğrultuda gastronomi festivalleri ile uluslararası etkinlikleri desteklemektedir (Altaş, 2019). Bu süreçte İspanyol mutfağı, yalnızca geleneksel unsurlar üzerinden değil, modern mutfak uygulamaları ve ünlü şefler aracılığıyla da küresel gastronomi söylemine dâhil edilmektedir (Sünnetçi & Durlu-Özkaya, 2022). İspanya örneği, gastronominin kültürel diplomasi bağlamında ulusal imaj, turizm çekiciliği ve yumuşak güç kapasitesini artıran etkili bir araç olduğunu göstermektedir (Acar, 2021).

İtalya

İtalyan mutfağı; makarna, pizza, peynir ve zeytinyağı gibi ürünler aracılığıyla sade, doğal ve geleneksel beslenme anlayışını temsil etmekte ve bu yönüyle kültürel özgünlüğü ön plana çıkarmaktadır (Durlu-Özkaya & Cömert, 2018). İtalya'da coğrafi işaretleme sistemleri ve yerel ürün koruma politikaları, mutfak kültürünün uluslararası tanıtımında önemli bir rol oynamakta ve gastronomi ile kültürel miras arasındaki bağ güçlendirilmektedir (Sormaz & Akmeşe, 2019). Akdeniz Diyeti 'nin UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ne alınması, İtalya'nın mutfak kültürünü sürdürülebilirlik, sağlık ve ortak kültürel değerler üzerinden uluslararası alanda konumlandırmasına katkı sağlamıştır (Kozak & Bahçe, 2021). Bu bağlamda İtalya örneği, gastronominin ulusal kimlik inşası, turizm tanıtımı ve kültürel diplomasi süreçlerinde çok boyutlu bir yumuşak güç unsuru olarak kullanılabileceğini göstermektedir (Ayдын, 2022).

2.4. Türkiye’de Gastrodiplomasi Faaliyetleri

Gastrodiplomasi kavramı Türkiye’de, Batı literatüründe olduğu gibi doğrudan bu adlandırma ile değil daha çok gastronomi turizmi, kültürel diplomasi, mutfak kültürü ve yumuşak güç tartışmaları içerisinde dolaylı biçimde ele alınarak gelişmiştir. Bu durum, Türkiye’de gastrodiplomasi kavramsal olarak geç tanınmasına, ancak uygulama düzeyinde daha erken dönemlerden itibaren fiilen var olmasına yol açmıştır.

Türk mutfağı tarihsel olarak Osmanlı İmparatorluğu’nun çok kültürlü yapısı içerisinde şekillenmiş; Balkanlar, Orta Doğu, Kafkasya ve Orta Asya mutfaklarının etkileşimiyle zenginleşmiştir. Bu tarihsel birikim, mutfak yalnızca beslenme pratiği değil, aynı zamanda temsil, güç ve prestij unsuru olarak kullanılmasına imkân tanımıştır. Nitekim Erginler, Osmanlı’dan Cumhuriyet’e uzanan süreçte mutfak diplomatik işlevine dikkat çekerek, “sofra düzeni, sunulan yemekler ve ziyafet ritüellerinin devletlerarası ilişkilerde sembolik bir iletişim dili oluşturduğunu” belirtmektedir (Erginler, 2018, s.462).

Cumhuriyet'in ilk yıllarında Türkiye'nin dış politika öncelikleri daha çok siyasal ve ekonomik yeniden yapılanma ekseninde şekillendiğinden mutfak kültürü sistematik bir diplomasi aracı olarak kullanılmamıştır. Ancak bu dönemde dahi yabancı heyetlere verilen resmi davetler, büyükelçilik yemekleri ve uluslararası fuarlarda Türk mutfağının temsili, gastrodiplomasinin örtük örnekleri olarak değerlendirilebilir. [Soner \(2022\)](#)'e göre, "Türkiye'de gastrodiplomasinin erken dönem pratikleri bilinçli bir stratejiden ziyade geleneksel misafirperverlik anlayışının dış politikaya yansımaları şeklinde ortaya çıkmıştır".

Türkiye'de gastrodiplomasinin daha görünür hale gelmesi 2000'li yıllardan itibaren, özellikle de kültürel diplomasi ve yumuşak güç kavramlarının dış politika literatüründe yaygınlaşmasıyla mümkün olmuştur. [Nye'in \(2011\)](#) yumuşak güç yaklaşımının Türkiye'de akademik ve politik çerçevelerde tartışılmaya başlaması, mutfak kültürünün de bir dış politika aracı olarak yeniden değerlendirilmesine zemin hazırlamıştır. [Özkan ve Akgün \(2010\)](#), Türkiye'nin bu dönemde yürüttüğü çok boyutlu dış politikayı değerlendirirken, "kültürel unsurların Türkiye'nin uluslararası görünürlüğünü ve cazibesini artıran önemli bir kaldıraç haline geldiğini" vurgulamaktadır.

Bu bağlamda Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın gastronomi temelli tanıtım faaliyetleri, Türkiye'nin gastrodiplomasi sürecinde kurumsal bir dönüm noktası olarak değerlendirilmektedir. Türk mutfağının uluslararası fuarlarda tanıtılması, yabancı ülkelerde düzenlenen "Türk Mutfağı Günleri" ve büyükelçilikler aracılığıyla gerçekleştirilen gastronomik etkinlikler, Türkiye'nin mutfağını bir kültürel temsil aracı olarak konumlandırma çabasını ortaya koymaktadır. [Henderson \(2009\)](#), Türkiye örneğini değerlendirirken, "yemek temelli tanıtım faaliyetlerinin destinasyon imajını güçlendirdiğini ve kültürel yakınlık oluşturduğunu" ifade etmektedir.

Türkiye'de gastrodiplomasinin gelişiminde UNESCO süreci ayrı bir öneme sahiptir. 2013 yılında Türk kahvesi kültürünün UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ne alınması, Türk mutfağının uluslararası düzeyde tanınması açısından kritik bir eşik olarak kabul edilmektedir. [Bucak & Yiğit \(2019\)](#), bu süreci şu şekilde değerlendirmektedir: "Türk kahvesinin UNESCO listesine girmesi, gastronomik bir unsurun ulusal kimlik ve diplomatik temsil aracı olarak kurumsallaşmanın somut örneğidir" ([Bucak & Yiğit, 2019, s. 1310](#)).

Bunu takip eden süreçte Gaziantep, Hatay, Afyonkarahisar, Adana ve diğer şehirlerin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dâhil edilmesi, gastrodiplomasinin yerel ölçekte yaygınlaşmasını sağlamıştır. Bu gelişmeler, gastrodiplomasinin yalnızca merkezi devlet politikalarıyla değil yerel yönetimler ve şehir markalaşması yoluyla da şekillendiğini göstermektedir. [Erginler'e](#) göre, "yerel mutfakların uluslararası platformlarda temsil edilmesi, gastrodiplomasinin tabana yayılan ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşmasını sağlamaktadır" ([Erginler, 2018, s. 468](#)).

Bununla birlikte Türkiye'de gastrodiplomasinin kavramsal olarak halen gastronomi turizmi ile iç içe ele alındığı görülmektedir. [Soner \(2022\)](#), bu durumu eleştirel bir bakışla değerlendirerek, "Türkiye'de gastrodiplomasinin çoğu zaman turizm odaklı algılandığını, diplomatik ve stratejik boyutlarının yeterince ayrıştırılmadığını" ifade etmektedir. Bu yaklaşım, Türkiye'de gastrodiplomasinin uygulamada güçlü, ancak teorik ve stratejik çerçeve bakımından gelişime açık olduğunu göstermektedir.

Son yıllarda Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, TGA ve dış temsilcilikler aracılığıyla yürütülen "Türk Mutfağı Haftası" gibi organizasyonlar, gastrodiplomasinin daha bilinçli ve planlı bir çerçevede ele alınmaya başladığını göstermektedir. Bu tür etkinlikler, Türk mutfağının yalnızca lezzet unsuru olarak değil tarih, kültür, kimlik ve yaşam tarzı anlatısı olarak sunulmasını hedeflemektedir. Nitekim Karaosmanoğlu (2007), "gastrodiplomasinin başarısının, yemeğin arkasındaki kültürel hikâyenin aktarılmasına bağlı olduğunu" vurgulamaktadır ([Karaosmanoğlu, 2017](#)).

Tablo 1. Türkiye'nin Gastrodiplomasi Örnekleri

2004	Turquality Projesi	Markalaşma Faaliyeti
2010	Geleneksel Türk Mutfağı Kampanyası	Tanıtım
2011	Geleneksel Tören Keşkeği	UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras
	Mesir Macunu Festivali	UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras
2012	Gezici Türk Kahvesi Kamyonu	ABD'de (Washington, Baltimore, Philadelphia, New York ve Boston) ücretsiz Kahve Dağıtımı
2013	Türk Kahvesi ve Geleneği	UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras
	Gaziantep Gastronomi Şehri	UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı
	Türk-Japon Yemek Kültürü Projesi	Diplomatik Etkinlik
2014	İnce Ekmek Yapım ve Paylaşım Geleneği	UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras
	Horne Turkey Kampanyası	Tanıtım
	Gastrohunt Projesi	Tanıtım
	Rusya	Türk Yemek Yarışması
	İsviçre	Türk Mutfağı Tanıtım Günleri
2015	Hatay Gastronomi Şehri	UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı
	Cumhurbaşkanlığı	Senkronize Servis Hizmet Sektörü
	Kanada	Türk Kahvesi Torontolularla Buluştu
2016	Fransa	19. Yüzyılda İstanbul Mutfağı Tanıtımı
	Malezya	Türk Yemekleri Haftası
	Avustralya	Taste of Turkey
	Bahreyn	Bahreyn Türk Yemekleri Haftası
2017	İspanya	Türk Mutfak Kültürü Haftası
	Japonya	Türk Mutfağı Ansiklopedisi
	Kanada	Türk Mutfağı Tanıtım Günü
	Polonya	Geçmişten Günümüze Türk Kahvesi
2018	Çin	Türkiye Turizm Yılı Etkinliği Kapsamında Türk Mutfağı Haftası Etkinliği
	Çin	Tasting Kitchen Türkiye Sayısı
	Ukrayna	Türk Kahvesi Festivali
2019	Afyonkarahisar Gastronomi Şehri	UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı
2020	Gastrodiplomasi 1. Komite Toplantısı	T. C. Cumhurbaşkanlığı, İletişim Başkanlığı, Akdeniz Ülkelerinin En Ünlü 12 Şefinin Türk Yemeklerini Online Olarak Dünya Genelindeki Takipçileriyle Buluşturulduğu Proje
	Adana Gastronomi Şehri	UNESCO Yaratıcı Şehirler Ulusal Listesi
	Balıkesir Gastronomi Şehri	UNESCO Yaratıcı Şehirler Ulusal Listesi
2021	Diyarbakır Gastronomi Şehri	UNESCO Yaratıcı Şehirler Ulusal Listesi
	Kayseri Gastronomi Şehri	UNESCO Yaratıcı Şehirler Ulusal Listesi
	Konya	UNESCO Yaratıcı Şehirler Ulusal Listesi
2023	Mezopotamya Gastronomi Zirvesi	Geçmişten Geleceğe Mezopotamya Sofrası
2025	Gastroshow	Sağlık
	Turkish Cuisine Week	Klasik Türk Mutfağı

Kaynak: WoS veri tabanından elde edilen veriler kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

3. YÖNTEM

Bu çalışma, gastrodiplomasi alanında üretilmiş akademik yayınların gelişim sürecini, temel eğilimlerini ve yapısal özelliklerini ortaya koymak amacıyla bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bibliyometrik analiz, belirli bir araştırma alanında üretilen bilimsel yayınların niceliksel olarak değerlendirilmesine olanak tanıyan; yayın, atıf, yazar, ülke, dergi ve anahtar kelime ilişkilerini sistematik biçimde inceleyen bir yöntemdir. Bu yönüyle yöntem, literatürün genel görünümünü bütüncül bir çerçevede ortaya koymada etkili bir araç olarak değerlendirilmektedir (Aria & Cuccurullo, 2017).

3.1. Veri Toplama Süreci

Araştırmanın verileri, 09.12.2025 tarihinde Web of Science (WoS) Core Collection veri tabanından elde edilmiştir. Web of Science veri tabanı; yayınevlerinden bağımsız bilimsel-editoryal değerlendirme sürecine sahip olması, sosyal bilimler, beşerî bilimler ve fen bilimleri gibi çok sayıda disiplini kapsaması, atıf ve referans ilişkilerini izlenebilir kılması ve küresel ölçekte akademik etkiyi analiz etmeye imkân tanınması nedeniyle tercih edilmiştir (Clarivate, 2025).

Tarama sürecinde konu ile doğrudan ilişkili olduğu belirlenen anahtar kelimeler kullanılmıştır. Bu kapsamda arama sorgusu şu terimleri içermektedir: “gastrodiplomacy”, gastro diplomacy”, “culinary

diplomacy”, “food diplomacy”, “gastrodiplomasi”, “mutfak diplomasisi” ve “yemek diplomasisi”.Aramalar, zaman sınırlaması olmaksızın tüm yılları kapsayacak şekilde gerçekleştirilmiş; belge türü olarak araştırma makaleleri ve derleme (review) makaleler dâhil edilmiştir. Dil seçeneğinde herhangi bir kısıtlama uygulanmamış ve tüm diller kapsama alınmıştır. Belirlenen ölçütler doğrultusunda yapılan tarama sonucunda toplam 49 akademik yayın araştırma kapsamına dâhil edilmiştir. Elde edilen yayınlara ait veriler, tam kayıt (full record) ve atıf bilgileri içerecek biçimde dışa aktarılmıştır. Bu sayede yayınlara ilişkin bibliyografik veriler, yazar bilgileri, atıf ilişkileri, anahtar kelimeler ve ülke dağılımları analiz edilebilir hâle getirilmiştir.

3.2. Veri Analizi

Bibliyometrik analiz sürecinde üç farklı analiz aracı kullanılmıştır. İlk olarak, Web of Science veri tabanının sunduğu yerleşik analiz tabloları aracılığıyla yayınların yıllara göre dağılımı, dil tercihleri, ülkelere göre üretim düzeyi ve dergi dağılımları incelenmiştir. İkinci aşamada, VOSviewer yazılımı kullanılarak yazarlar arası iş birliği ağları, ülkelere göre ortak yazarlık ilişkileri ve anahtar kelime eş-oluşum (co-occurrence) haritaları oluşturulmuştur. Üçüncü aşamada ise bibliometrix paketinden yararlanılarak yayın ve atıf performansına ilişkin ek göstergeler analiz edilmiştir.

Bu analizler doğrultusunda çalışma kapsamında aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

- Yayınların çıkış noktaları nelerdir?
- Yayınların yıllara göre dağılımı nasıldır?
- Yayınlar en fazla hangi dilde yapılmıştır?
- Yayınların ülkelere göre dağılımı nasıldır?
- Yayınların araştırma yöntemlerine göre dağılımı nasıldır?
- Yayınların konu dağılımları nasıldır?
- Yayınların ülkelere göre ortak yazarlık ilişkileri nasıldır?
- Yayınlarda kullanılan anahtar kelimelerin yoğunluğu nasıldır?
- Yayınlarda öne çıkan öneriler nelerdir?
- Atıf sayılarına göre alanda etkili olan ilk on yayın hangileridir?

3.3. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini, gastrodiplomasi kavramı çerçevesinde ulusal ve uluslararası düzeyde üretilmiş tüm akademik yayınlar oluşturmaktadır. Gastrodiplomasiğin disiplinler arası yapısı nedeniyle evren; uluslararası ilişkiler, kamu diplomasisi, kültürel diplomasi, gastronomi, turizm ve iletişim alanlarında yayımlanmış çalışmaları kapsamaktadır. Ancak söz konusu evrenin tamamına ulaşmanın güçlüğü ve veri erişimindeki sınırlılıklar nedeniyle çalışma, belirli ölçütler doğrultusunda sınırlandırılmıştır.

Araştırmanın örneklemini, Web of Science (WoS) Core Collection veri tabanında yer alan ve belirlenen dâhil etme kriterlerini karşılayan yayınlardan oluşmaktadır. WoS veri tabanı; bilimsel yayınlara yönelik editöryal denetim süreci, atıf indeksleme sistemi ve disiplinler arası kapsayıcılığı sayesinde bibliyometrik çalışmalar için güvenilir bir örneklem çerçevesi sunmaktadır. Bu nedenle örneklemin belirlenmesinde WoS veri tabanı esas alınmıştır.

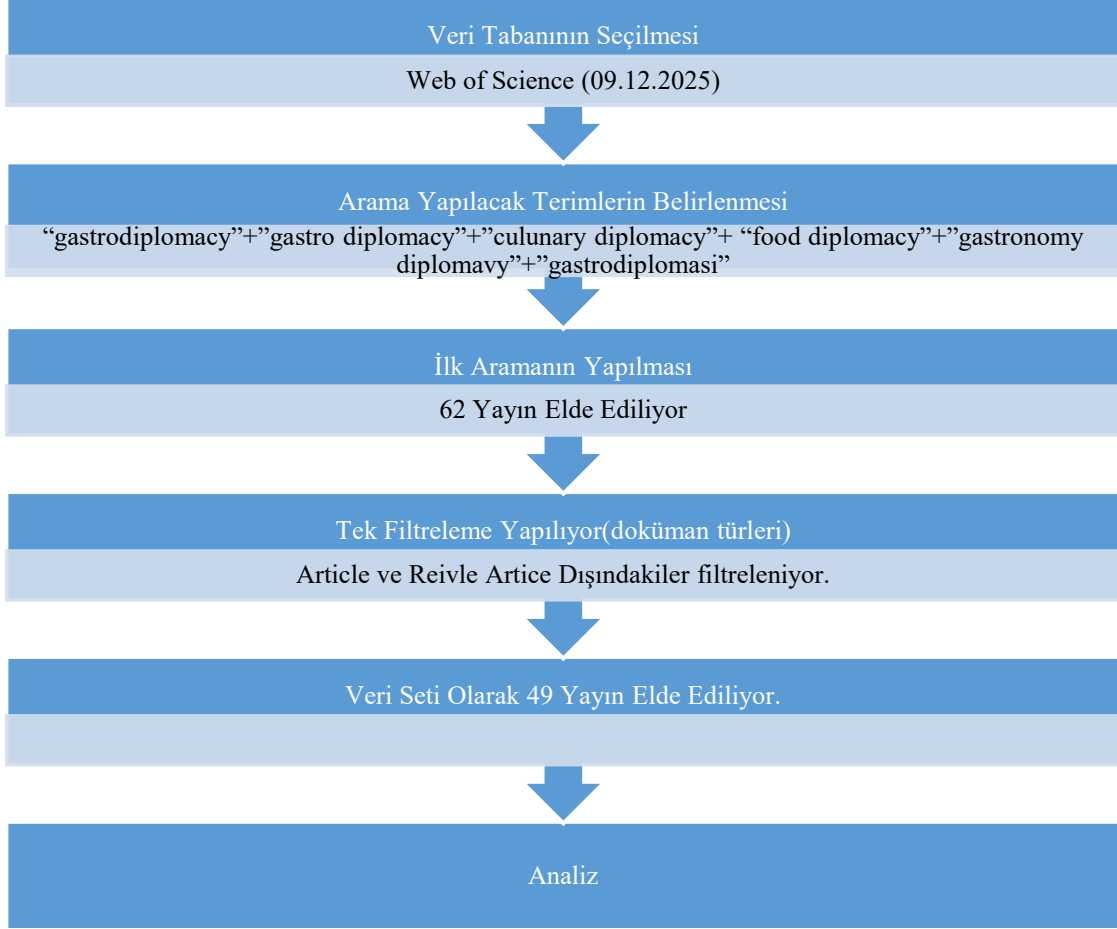
Örneklem kapsamına alınacak yayınların seçiminde aşağıdaki ölçütler dikkate alınmıştır:

1. Yayının hakemli bir akademik dergi veya bilimsel kaynakta yayımlanmış olması
2. Yayın başlığı, özeti veya anahtar kelimeleri içerisinde “gastrodiplomacy”, “gastro diplomacy”, “culinary diplomacy”, “food diplomacy”, “gastrodiplomasi”, “mutfak diplomasisi” veya “yemek diplomasisi” kavramlarından en az birini içermesi,
3. Yayının Web of Science Core Collection veri tabanında indekslenmiş olması,
4. Yayının bibliyometrik analize olanak tanıyacak biçimde tam bibliyografik kayıt ve atıf verilerine sahip olması.

Belirlenen ölçütler doğrultusunda gerçekleştirilen tarama sonucunda toplam 49 akademik yayın, araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Bu yayınlar, bibliyometrik analiz yöntemi kapsamında yıllara göre

dağılım, yayın dili, atıf performansı, yazar iş birlikleri ve anahtar kelime yoğunlukları gibi değişkenler açısından incelenmiştir.

Bu bağlamda oluşturulan örneklem, gastrodiplomasi alanındaki akademik literatürün genel eğilimlerini ve yapısal özelliklerini ortaya koymak açısından temsil gücü yüksek bir veri seti sunmaktadır. Ayrıca örneklemin uluslararası indeksli bir veri tabanından seçilmiş olması, elde edilen bulguların küresel akademik üretimi yansıtmasına katkı sağlamaktadır.



Şema 1. Analiz Şeması
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

5. BULGULAR

Web of Science’ın, Advantec Search (gelişmiş arama) seçeneğinde topic (başlık) ve aranacak kelimeler (“gastrodiplomacy” + ”gastro diplomacy”+ “culunary diplomacy” + “food diplomacy” + “gastrodiplomasi”) seçildikten sonra Search (arama) tuşundan 62 doküman gelmiştir. Araştırma dokümanlarına ulaşmak için yaptığımız tek filtreleme belge türleri kısmında article ve review article dışında kalanları hariç tutarak yapılmıştır. Böylece araştırmada kullanacağımız doküman sayısı 49 ve ilk veride 2007-2025 yılları arasında olan yayın yılları aralığı da 2011-2025 olarak karşımıza çıkmıştır.

Tablo 2. Makalelerin Belge Türüne Göre Dağılımı

Sıra No	Belge Türü	Frekans	Oran %
1	Article	48	97,959 %
2	Reviev Article	1	2,041 %
Toplam		49	100 %

Kaynak: WoS veri tabanından elde edilen veriler kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 2 ‘de incelenen makalelerin belge türlerine göre dağılımı sunulmaktadır. Bulgulara göre analiz kapsamına alınan toplam 49 yayının 48’i araştırma makalesi (article), 1’i ise derleme makalesi (review article)

niteliğindedir. Araştırma makaleleri toplam yayınların %97,96'sını oluştururken, derleme makalelerin oranı %2,04 olarak belirlenmiştir.

Tablo 3. Yıllara Göre Yayın Sayıları

Sıra No	Yayın Yılları	Frekans	Oran %
1	2025	7	14,286 %
2	2024	4	8,163%
3	2023	12	24,490 %
4	2022	3	6,122%
5	2021	7	14,286 %
6	2020	4	8,163%
7	2019	3	6,122%
8	2018	2	4,082%
9	2017	3	6,122%
10	2015	1	2,041%
11	2013	1	2,041%
12	2012	1	2,041%
13	2011	1	2,041%
Toplam		49	100%

Kaynak: WoS veri tabanından elde edilen veriler kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 3'te, incelenen çalışmaların yıllara göre dağılımı sunulmaktadır. Toplam 49 yayının yıllara göre dağılımı incelendiğinde, en fazla yayının 2023 yılında gerçekleştirildiği görülmektedir (n=12, %24,49). Bu yılı 2025 ve 2021 yılları izlemekte olup her iki yıl da 7'şer yayın yapmıştır (%14,286). 2024 ve 2020 yıllarında yayın sayısı 4'er (%8,163) iken, 2019 ve 2017 yıllarında bu sayı 3'er (%6,122) olarak belirlenmiştir. 2018 yılında 2 yayın (%4,062) yapılmış, 2015,2013,2012 ve 2011 yıllarında ise yalnızca birer yayına (%2,042) rastlanmıştır.

Tablo 4. Makalelerin Yayınlandıkları Dillere Göre Dağılımı

Sıra No	Yayınlandığı Diller	Frekans	Oran %
1	English	43	87,76 %
2	Russian	3	6,12%
3	French	1	2,04%
4	Portuguese	1	2,04%
5	Spanish	1	2,04%
Toplam		49	100%

Kaynak: WoS veri tabanından elde edilen veriler kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 4 incelendiğinde, makalelerin büyük çoğunluğunun İngilizce yayımlandığı görülmektedir. Toplam 49 yayının 43'ü İngilizce (%87,76) 3 yayımla (%6,12), Rusça ve her biri birer adet yayımla Fransızca, Portekizce ve İspanyolca %2,04 ile takip etmektedir.

Tablo 5. Makalelerde Kullanılan Araştırma Yöntemleri

Araştırma Yöntemi	Frekans	Oran %
1 Nitel	47	95,92
2 Karma	2	4,08
Toplam	49	100 %

Kaynak: WoS veri tabanından elde edilen veriler kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 5'te yer alan bulgulara göre, incelenen 49 makalenin 47'sinde (%95,92) nitel araştırma yöntemi kullanılırken, yalnızca 2 makalede (%4,08) karma araştırma yöntemine yer verilmiştir.

Tablo 6. Makalelerin Son Yayın Yılları

Sıra No	Son Yayın Yılı	Frekans	Oran %
1	2025	8	16,33%
2	2024	6	12,24%
3	2023	9	18,37%
4	2022	5	10,20%
5	2021	8	16,33%
6	2020	1	2,04%
7	2019	3	6,12%
8	2018	2	4,08%
9	2017	3	6,12%
10	2015	1	2,04%
11	2013	1	2,04%
12	2012	1	2,04%
13	2011	1	2,04%
Toplam		49	100%

Kaynak: WoS veri tabanından elde edilen veriler kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Araştırmamızda literatürün ne kadar yeni olduğunu anlamamızı sağlayan haritaya baktığımızda 2025 yılında 8 makalenin, 2024 yılında 6 makalenin, 2023 yılında 9 makalenin, 2022 yılında 5 ve 2021 yılında 8 makalenin yayınlandığını göstermektedir.

Tablo 7. Atıf Sayılarına Göre İlk On Makale

Sıra No	Yayın Adı	Atıf Sayısı
1	Recipes for Gastrodiplomacy	61
2	Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds	54
3	Gastronomy in Tourism	46
4	The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns	28
5	Reverse cultural 6globalization: The case of haute cuisine in one global city	16
6	Projecting Taiwan: Taiwan's Diplomacy Outreach	16
7	The Role of Food in Diplomacy: Communicating And "Winning Hearts and Minds" Through Food	12
8	Food fight: gastrodiplomacy and nation branding in Singapore's UNESCO bid to recognize Hawker culture	11
9	Cooking and dining as forms of public art	10
10	Trump- Kim 2018 Singapore Summit and culinary diplomacy: the role of food and symbols in international relations	10

Kaynak: WoS veri tabanından elde edilen veriler kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

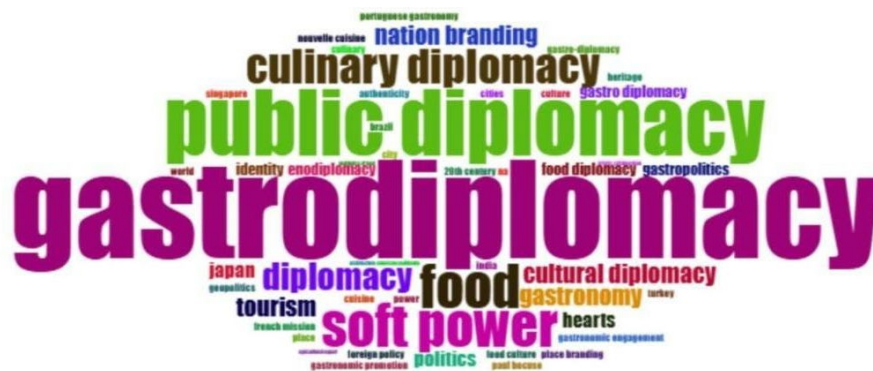
Araştırmamızda en çok atıf alan makaleler "Recipes For Gastrodiplomacy" 61 atıf, "Culinary Diplomacy: Breaking Bread To Win Hearts And Minds" 54 atıf, "Gastronomy In Tourism" 46 atıf sayısı ile ilk üçte yer almaktadır. "Recipes for Gastrodiplomacy" çalışmasının bu denli yüksek atıf alması, gastrodiplomasi kavramını sistematik bir çerçeveye oturtması ve devlet destekli mutfak tanıtım programlarını (Tayland'ın "Global Thai" projesi gibi) ilk kez akademik bir bakış açısıyla ele almasıyla açıklanabilir. Bu çalışma, gastrodiplomasi bilinci ve stratejik bir yumuşak güç aracı olduğunu göstererek sonraki araştırmalara kavramsal bir zemin hazırlamıştır.

Tablo 8. Makalelerin yayınlandıkları dergiler

Sıra No	Dergi İsimleri	Frekans	Oran
1	Place Branding And Public Diplomacy	6	12,25%
2	International Journal Of Gastronomy And Food Science	5	10,20%
3	Food Culture & Society	3	6,13%
4	Frontiers In Political Science	2	4,08%
5	Hague Journal Of Diplomacy	2	4,08%
6	Japanese Studies In Russia	2	4,08%
7	Relaciones Internacionales-Madrid	2	4,08%
8	Rivar-Revista Iberoamericana De Viticultura Agroindustri	2	4,08%
9	Agathos-An International Review Of The Humanities And	1	2,04%
10	Annali Dell Istituto Storico Italo-Germanico In Trento	1	2,04%
11	Bresil-S	1	2,04%
12	Current Issues In Tourism	1	2,04%
13	Diplomatic History	1	2,04%
14	Energy Policy	1	2,04%
15	Ilum Law Journal	1	2,04%
16	International Journal For Quality Research	1	2,04%
17	International Journal Of Communication	1	2,04%
18	International Journal Of Cultural Policy	1	2,04%
19	Issues&Studies	1	2,04%
20	Jurnal Manajemen Hutan Tropika	1	2,04%
21	Medijke Studije-Media Studies	1	2,04%
22	Modern&Contemporary France	1	2,04%
23	Open Cultural Studies	1	2,04%
24	Pasos-Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural	1	2,04%
25	Poetics	1	2,04%
26	Politics&Policy	1	2,04%
27	Revista Brasileira De Historia	1	2,04%
28	Revista Brasileira De Marketing	1	2,04%
29	Rosa Dos Ventos-Turismo E Hospitalidade	1	2,04%
30	Rossiiskaya Istoriya	1	2,04%
31	Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi	1	2,04%
32	Sociological Review	1	2,04%
Toplam		49	100%

Kaynak: WoS veri tabanından elde edilen veriler kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

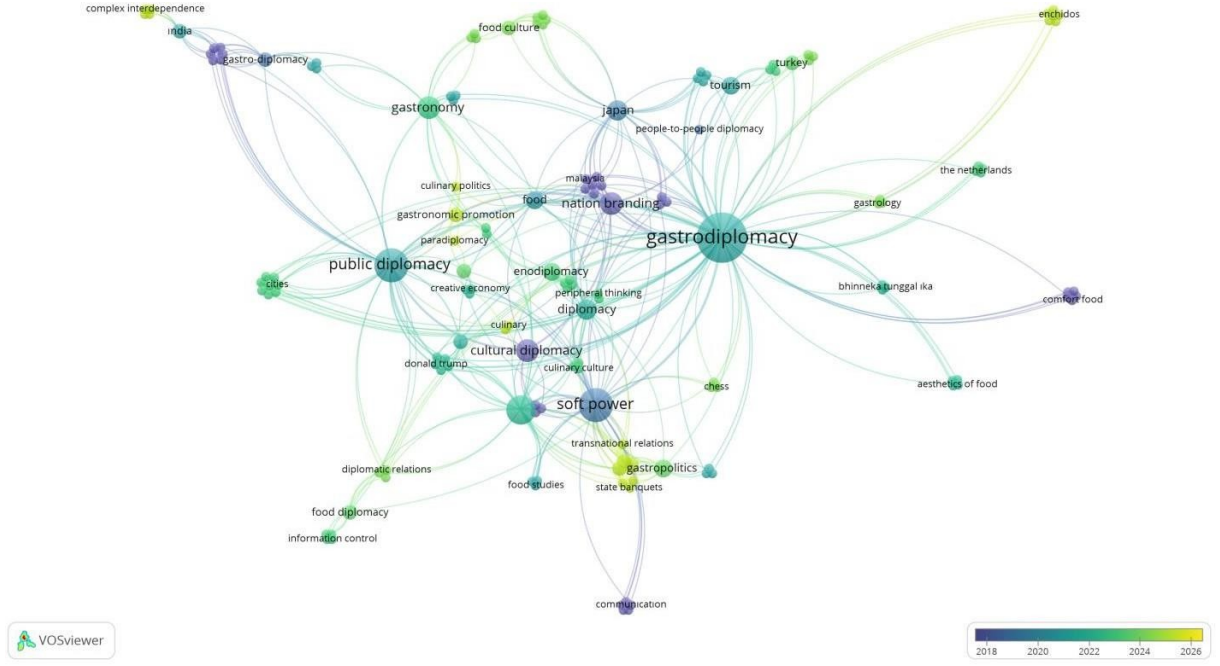
Araştırmamızla ilgili uluslararası veri tabanı Wos'tan alınan makalelerin yalnızca bir tanesi Türkçe yayın olan Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi'nde çıkarılmıştır. Bu oran yüzdelik dilimin 2,04'ünü oluşturmaktadır. En çok yayın yapan dergiler, birinci sırada Place Branding And Public Diplomacy 6 yayınlı %12,25, ikinci sırada, International Journal Of Gastronomy And Food Science 5 yayınlı %10,20, üçüncü sırada ise Food Culture& Science 3 yayınlı %6,13 oranına sahiptir.



Şekil 1. Anahtar Kelimelere İlişkin Kelime Bulutu

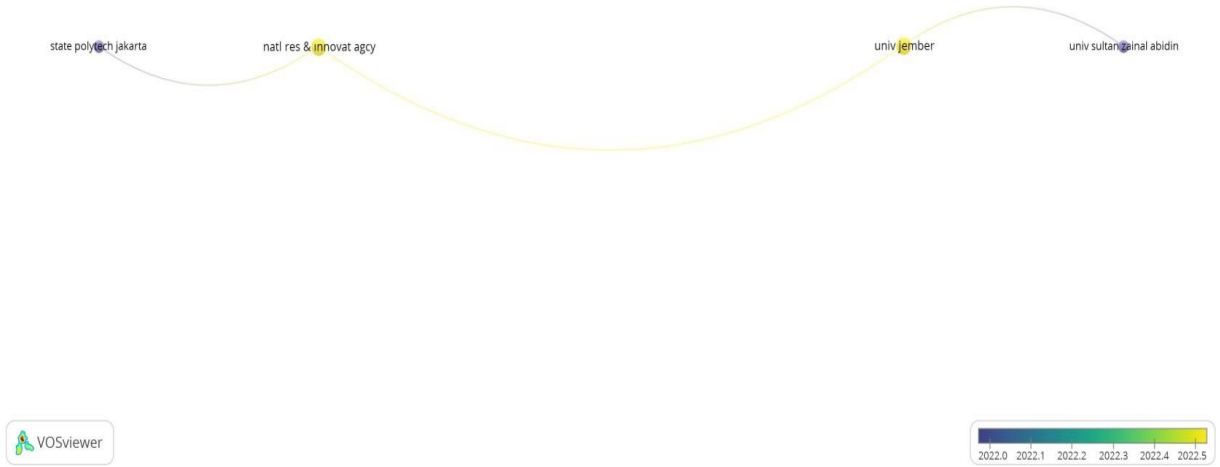
Şekil incelendiğinde, “gastrodiplomacy” kavramının literatürde merkezi bir konumda yer aldığı ve en sık kullanılan anahtar kelime olduğu görülmektedir. Bununla birlikte public diplomacy, soft power, culinary diplomacy ve nation branding gibi kavramların öne çıkması, gastrodiplomasiğin kamu diplomasisi ve yumuşak

güç bağlamında ele alındığını göstermektedir. Bu bulgu, alanın kültürel diplomasi ve ulusal imaj oluşturma süreçleriyle güçlü bir ilişki içinde geliştiğine işaret etmektedir.



Şekil 2. Yayınların Ağ Haritası

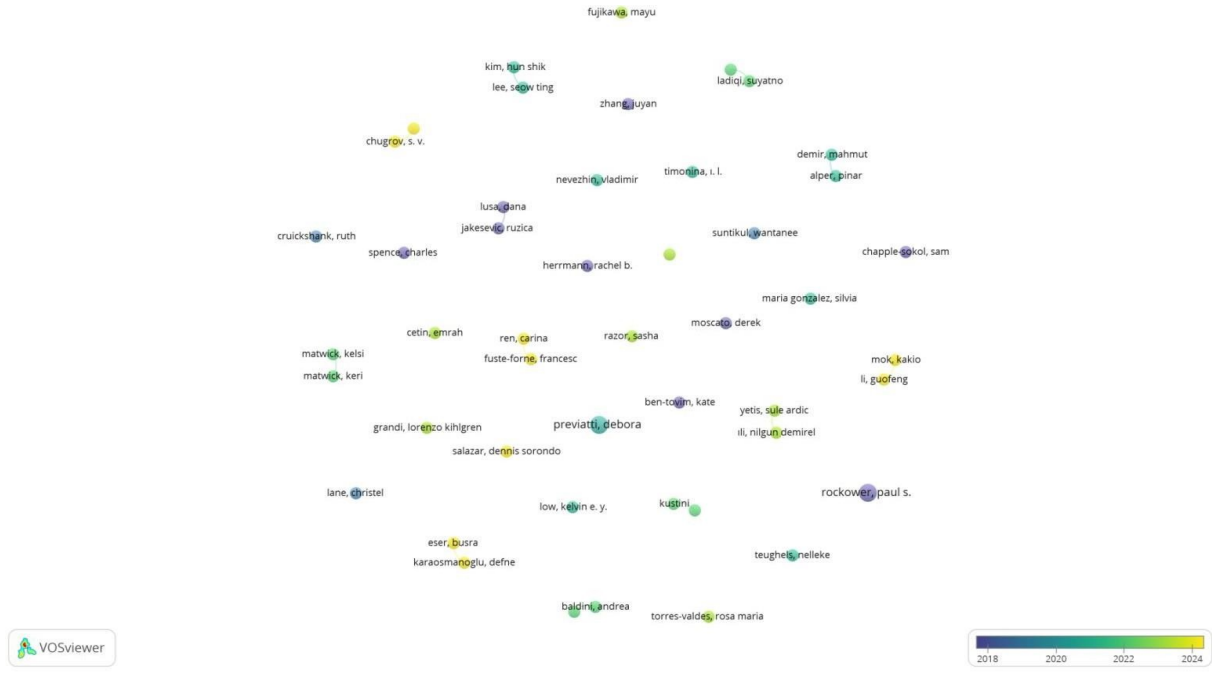
Şekil 1’deki ağ haritası, gastrodiplomasi literatürünün kavramsal yapısını ortaya koymaktadır. Haritanın merkezinde yer alan “gastrodiplomacy” kavramının, “public diplomacy” “nation branding” ve “soft power” ile güçlü bağlantılar kurduğu görülmekte; bu durum gastrodiplomasi’nin uluslararası imaj inşası ve yumuşak güç stratejilerinin önemli bir bileşeni olarak ele alındığını göstermektedir. “Cultural diplomacy” “gastronomy” ve “food culture” gibi kavramların merkeze yakın konumlanması alanın kültürel etkileşim ve gastronomik kimlik üretimi bağlamında da incelendiğini ortaya koymaktadır. Japonya, Malezya, Hindistan ve Türkiye gibi ülkelerin haritada belirgin düğümlerle temsil edilmesi, bu ülkelerin gastrodiplomasi politikalarının literatürde sıkça tartışıldığını göstermektedir. Ağın renk skalası ise temaların zaman içindeki gelişimini yansıtmaktadır; özellikle “aesthetics of food” ve “comfort food” gibi sarı renkli kavramlar, 2024 sonrası dönemde literatürde yükselen yeni araştırma eğilimlerine işaret etmektedir.



Şekil 3. Kelime Eş Oluşum Ağı

Araştırma konularının zamanla nasıl değiştiğini ve son yıllarda hangi konuların öne çıktığının görsel olarak anlatan haritadır. Kavramlar incelendiğinde, literatürün başlangıçta daha çok devlet politikaları ve

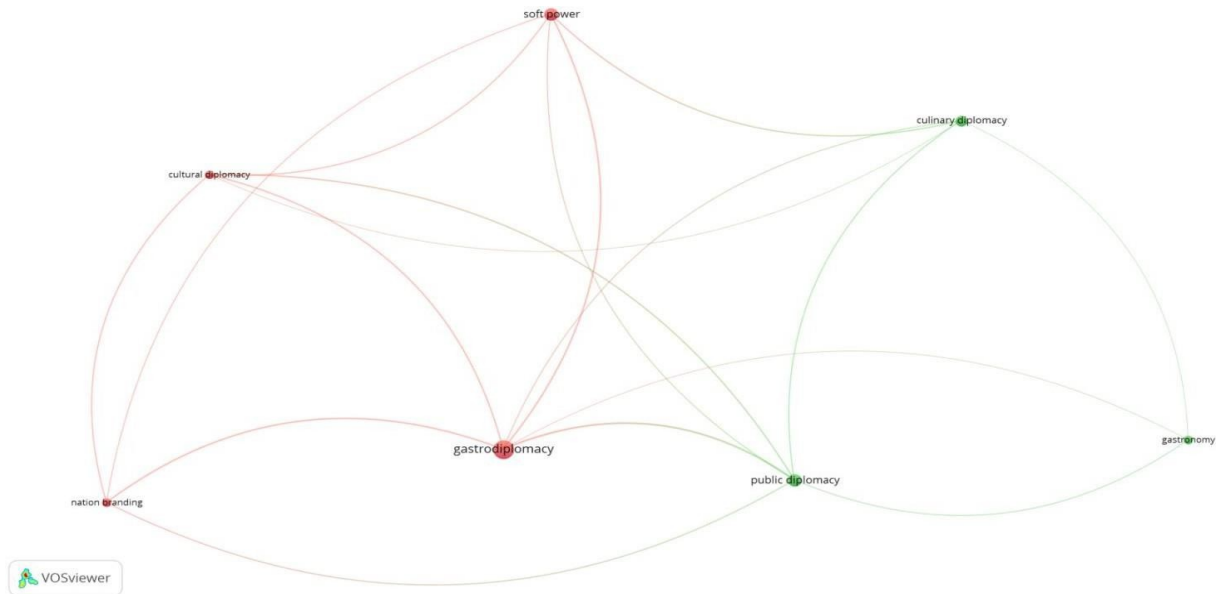
yapısal yaklaşımlar etrafında şekillendiği, zamanla göçmen özelliği, anlatılar, kentsel göç ve kent yurttaşlığı gibi daha öznel ve eleştirel temalara yöneldiği görülmektedir.



Şekil 4. Yazar İş birliği Atıf Ağ Haritası

Yazar iş birliği ağı; incelenen alan yazında yer alan yazarların iş birliği ilişkilerini ve yayın yıllarına göre dağılımlarını gösteren haritalardır. Haritadaki düğümler yazarları, düğümlerin büyüklüğü yazarların ağ içindeki ağırlığını, renkler ise yayınların ortalama yılını temsil etmektedir.

Harita incelendiğinde, yazarlar arasında belirgin ve yoğun bir iş birliği kümesinin oluşmadığı, ağın daha çok dağınık ve zayıf bağ yapıları içerdiği gözlemlenmektedir. Bu durum, ilgili araştırma alanında çok merkezli ve bireysel çalışma eğiliminin hâkim olduğunu düşündürmektedir. Yazarlar arasında yalnızca küçük ölçekli mikro düzey bağlantıların bulunması, literatürde yer alan çalışmaların genellikle bağımsız veya sınırlı ortak yazarlı üretimler şeklinde olduğunu göstermektedir. Renk dağılımı, 2020 sonrasında yayın yapan yazarların sayısında artış olduğunu ortaya koymaktadır.



Şekil 5. Eş Görünüm Ağı

Eş görünüm ağı bizlere, makalelerdeki birlikte geçen kavramların nasıl gruplaştığını ve birbirleriyle ilişkilerini gösterir. Şekil 7'deki haritaya baktığımızda kırmızı küme, çoğunlukla yumuşak güç ve gastrodiploması kavramları etrafında, yeşil küme ise kamu diplomasisi ve culinary diplomacy etrafında toplanmaktadır. Kavramlar arasındaki çizgiler, bu terimlerin akademik çalışmalarda birlikte kullanım sıklığını gösteriyor. Yani literatürde, “gastrodiploması” “soft power” “culinary diplomacy” “public diplomacy” ve “nation branding” kavramları sık sık birlikte inceleniyor ve bu kavramlar birbirine oldukça bağlıdır.

Tablo 9. Makalelerde Öne Çıkanlar

No	Makale Adı	Öne Çıkan Bulgular
1	Varış noktası Yönetimi Gastrodiploması Şarap Turizminde: Fenomenolojik Bir Yaklaşım	Şarap turizmi stratejileri, gastrodiploması deneyimlerini zenginleştirebilir.
2	G20 Zirvesi Menüleri Bir Araç Olarak Gastrodiploması Menüler Aracılığıyla Dünyaya Gösterilen Mesajlar	Diplomatik menüler ülkelerin kültürel mesajlarını iletmede etkili bir araçtır.
3	Gastropolitik Karşılaşmalar ve Duygu Odaklı Politik Yaklaşım	Yemek, politik ilişkilerde duygusal bağları güçlendirmek için kullanılabilir.
4	Portekiz Usulü Tütsülenmiş Etler ve Sosisler Gastrodiploması Kaynak: Gastronomi Tanıtımı ile Halk Sağlığı Arasında Bir Uyumsuzluk Var mı?	Gastronomi tanıtımları halk sağlığı ile uyumlu planlanmalıdır.
5	Aracılı İletişimde Kültürel Uyumluluk Gastrodiploması ABD Japonya Suşi Zirvesinin Niteliksel Çerçeveleme Analizi	Kültürel uyumluluk, diplomatik iletişimin etkinliğini artırır.
6	Markalaşma, Diploması ve Kapsayıcılık: Göçmen Mutfaklarının Şehirlerin Yerel ve Uluslararası Eylemlerindeki Rolü	Göçmen mutfakları şehir markalaşmasında ve uluslararası ilişkilerde önemli rol oynar.
7	Masada Siyaset: 1935 Brüksel Uluslararası Fuarında Yiyecek ve Güç İlişkileri	Yiyecekler diplomatik güç ve prestij göstergesi olarak işlev görebilir.
8	1979'larda Brezilya'daki Fransız Gastronomi Misyonu	Gastronomi misyonları kültürel etkileşimi ve diploması bağlarını güçlendirir.
9	Enodiploması Kavramına Yaklaşım ve Algı Çalışması:Yönetimi ve Alicante Bölgesinin İmajı Üzerindeki Etkisi	Enodiploması, bölgesel imajı olumlu yönde şekillendirebilir.
10	If Fuat Sauver La Cuisine Bresilienne. 1979'larda Brezilya'daki Fransız Gastronomi Misyonu	Yabancı gastronomi misyonları yerel yemek kültürünü tanıtabilir ve koruyabilir.
11	Güney Konisinden Enodiploması mı? Uluslararası Çalışmaların Bölgesel Bir Perspektifinden Enodiploması Çevresel Gerçekçilik ve Eidetik Çalışmalar	Enodiploması çevresel ve deneyimsel boyutları etkili olabilir.
12	Yemek Pişirme ve Yeme İçme Kamusal Sanat Biçimleri Olarak	Yemek, kamusal alanda kültürel ifade biçimi olarak kullanılabilir.
13	Oz Fest Hindistan. Komedyenler Film Çağdaş Performans ve Müzikle Süslenmiş Masterchef Avustralya'nın Hindistan'daki Avustralya Diplomasisi İçin En İyi Taraf Olmasının Sebebi	Kültürel etkinlikler medya ve kamu diploma-sisini güçlendirebilir.
14	Grönland'da Yemek Ulusal Kimlik ve Turizm	Yerel yemek kültürü ulusal kimlik ve turizm çekiciliğini artırır.
15	Cireunde'u'nun Ekoturizmi ve Sundalılarının Temel Yaşam Tarzı	Ekoturizm yerel yaşam tarzını korurken ekonomik fayda sağlayabilir.
16	Tayvan'ı Tanıtmak: Tayvan'ın Kamu Diplomasisi Girişimleri	Kamu diplomasisi girişimleri ulusal imajı olumlu etkiler.
17	Gastronomi ve Paradiploması: Portekiz Gastronomi Kardeşlik Örneği	Gastronomi, paradiploması yoluyla şehirlerarası ilişkileri güçlendirebilir.
18	Tersine Kültürel Küreselleşme: Küresel Bir Şehirde Yüksek Mutfak Kültürü Örneği	Yüksek mutfak kültürü küreselleşmenin yerel etkilerini gösterebilir.
19	Fondü Geri Dönüyor	Geleneksel yemekler, kültürel mirası canlandırabilir ve popüler hale getirebilir.
20	Metinler Arası Jeopolitik ve Harita ve Bölge: UNESCO ve Fransızların Gastronomi Ziyafeti İçin İbretlik Bir Öykü Mü?	Gastronomi ve kültürel miras diplomatik ilişkileri etkileyebilir.
21	1585'te İtalya'daki İlk Japon Elçiliği Ziyareti. Kısıtlı İletişim Diplomatik Gelenek ve Mutfak Uyarlaması	Kültürel uyum ve mutfak adaptasyonu diplomatik etkileşimleri kolaylaştırır.

22	Yumuşak Güç Üzerine Gelecek Araştırma Kılavuzları: Yaratıcı Sektörler ve Markalaşması Arasındaki İç İç Geçme Üzerine Literatürün Dolaylı Bir Yaklaşımı	Yaratıcı sektörler markalaşma ve yumuşak güç için stratejik öneme sahiptir.
23	McDonalddlaşma Yoluyla Barış: Karmaşık Karşılıklı Bağımlılık Merceğinden Pakistan-Hindistan İlişkilerinde Altın Kemerler Teorisini İncelemek	Küresel kültürel fenomenler barış ve iş birliğini destekleyebilir.
24	Rus mutfağının Amerika Birleşik Devletleri'nde Evcilleştirilmesi: Wanda L. Frolov'un Katış. Bizim Rus Aşçımız	Mutfağın adaptasyonu kültürel entegrasyonu güçlendirir.
25	Gastronomi Mi, Gastronomi Mi. Japonya Yemek Kültürü	Farklı gastronomik yaklaşımlar kültürel anlayışı derinleştirebilir.
26	Şarap ve Uluslararası İlişkiler: Enodiplomasi	Şarap, diplomasi aracı olarak uluslararası ilişkilerde kullanılabilir.
27	Soğuk Savaş döneminde oyun diplomasisi ve gastropolitik: Salvador Allende'nin Şili'sindeki uluslararası satranç turnuvası (1972)	Oyun ve yemek diplomasisi aracılığıyla politik etkileşim artırılabilir.
28	Diplomaside Yemeğin Rolü: Yemek Yoluyla İletişim Kurmak ve "Kalpleri ve Zihinleri Kazanmak"	Yemek, resmi olmayan bir iletişim dili olarak kullanarak kültürel yakınlık yaratır ve kalpleri kazanmada etkili bir diplomatik araçtır.
29	Konaklama ve Misafirperverliğin Yaşam Kalitesi Uygulaması Olarak Anlamak Gastrodiplomasi Sistem Yaklaşım Yoluyla	Gastrodiplomasi, konaklama ve misafirperverliği yaşam kalitesini artıran bütüncül bir kamu diplomasisi sistemi olarak ele almalıdır.
30	Gastronomi Diplomatik Bir Araç Olarak: Sistematik Bir Literatür İncelemesi	Literatür, gastronominin yumuşak güç kapsamında planlı ve stratejik biçimde kullanılan etkili bir diplomatik araç olduğunu göstermektedir.
31	Tarifler Gastronomi	Tarifler, ulusal kimliği aktarabilen sembolik anlatılar olarak gastrodiplomasi somut ve paylaşılabılır araçlardır.
32	Trump-Kim 2018 Singapur Zirvesi ve Mutfak Diplomasisi Uluslararası İlişkilerde Gıda ve Sembollerin Rolü	Zirvede sunulan yemekler ve semboller, siyasi mesajları yumuşatmak ve müzakere ortamını şekillendirmek için bilinçli olarak kullanılmıştır.
33	Endonezya'yı Genişletmek Gastrodiplomasi: Coğrafi İşaretleri (GI) ve "KOPİ ENDONEZYA"YI Karıştırmak	Coğrafi işaretli ürünler ve kahve, Endonezya'nın gastrodiplomasisinde küresel ölçekte güçlendiren stratejik araçlardır.
34	Kavramsal ve Edebi Bir Yaklaşım Gastrodiplomasi Bir Destinasyon Markalaşma İtici Güç Olarak	Gastrodiplomasi, kavramsal ve kültürel boyutlarıyla destinasyon markalaşmasının itici gücü olabilir.
35	Cumhuriyetçi Gastronomi. Portekiz Diplomatik Yemekleri, Ulusal Gastronominin Tanıtımında Bir Kanal Olarak	Diplomatik yemekler, Portekiz ulusal gastronomisinin uluslararası alanda tanıtılması için etkili bir kanal olarak kullanılmaktadır.
36	Mutfak Diplomasisi Kalpleri ve Zihinleri Kazanmak İçin Birlikte Ekmek Paylaşmak	Mutfak diplomasisinin sürdürülebilir etkisi için yerel taoluluklarla birlikte yemek üretme ve paylaşma pratiklerinin resmi diplomatik etkinliklere entegre edilmedi önerilmektedir.
37	Akşam Yemeği İçin Enerji. Mutfak Diplomasisi ve Portekiz Diplomatik Tablolarındaki Jeopolitik Yönler (1910-2023)	Portekiz'in diplomatik sofralarında kullanılan menü ve ritüellerin enerji, ticaret ve jeopolitik önceliklerle bilinçli biçimde uyumlandırılmasını tavsiye etmektedir.
38	1945 Yalta Konferansı'nı Şu Perspektiften Değerlendirmek "Mutfak Diplomasisi"	Yalta'da yemek düzeni ve sofraya pratikleri, güç ilişkileri ve müzakere dinamiklerini anlamada tamamlayıcı bir perspektif sunar.
39	Gastrodiplomasi Türkiye'de: "Dünyayı Kurtarmak" Mı Yoksa Neoliberal Muhafazakâr Kültür Politikalarının İşleyişi Mi?	Gastrodiplomasi, dünyayı birleştirme iddiası ile neoliberal ve muhafazakâr kültür politikalarının aracı olma riski arasında sıkışmaktadır.
40	Gastrodiplomasi Turizmde	Ulusal mutfağın marka değeri yaratacak şekilde hikâyeleştirilip turizm politikalarıyla eşgüdümlü olarak uluslararası tanıtım stratejilerine dâhil edilmesini önermektedir.
41	Mutfak Diasparası: Endonezyalılar İçin Bir Dayanak Noktası Gastrodiplomasi Hollanda'da	Hollanda'daki Endonezya mutfağı, ülkenin gastrodiplomatik görünürlüğü için stratejik bir dayanak noktasıdır.

42	Japonya'nın Gastrodiplomasisi: Ekonomik Etkiler	Japon gastrodiplomasisi, gıda ihracatı, turizm ve kültürel endüstriler üzerinden ölçülebilir ekonomik etkiler üretmiştir.
43	Birden Fazla Kenarı Gastrodiplomasisi Baskı Vakasının Paradoksları	Gastrodiplomasinin çok aktörlü yapısı ortaya çeşitli paradokslar çıkarır.
44	Dünyanın Yemekleri: Çağdaş Yemeklerin Haritalandırılması ve Karşılaştırılmalı Gastrodiplomasisi Kampanyalar	Çağdaş mutfakların haritalandırılması, gastrodiplomatik kampanyaların karşılaştırmalı analizini mümkün kılar.
45	Yirmi Yılı Aşkın Bir Süre Boyunca Gastrodiplomasisi Kavramının, Mevcut Özelliklerinin ve Gelecekteki Eğilimlerin Bir İncelemesi	Gastrodiplomasisi, kavramsal olarak olgunlaşmış olup gelecekte dijitalleşme ve sürdürülebilirlik ekseninde gelişecektir.
46	Örnekler Mutfak Diplomasisi Geç Dönem Osmanlı Diplomasisinde	Osmanlı'da diplomatik ziyafetler, güç gösterisi ve kültürel temsilin önemli bir aracı olarak kullanılmıştır.
47	Yemek Savaşı: Gastrodiplomasisi Singapur'un UNESCO Tarafından Sokak Yemekleri Kültürünü Tanıma Girişiminde Ulusal Marka Oluşturma ve Ulusal Marka İmajı Oluşturma Çabaları	Singapur'un sokak yemeği kültürünü UNESCO'ya taşıma girişimi, ulusal marka ve imaj inşasında gastrodiplomasinin stratejik kullanımını göstermektedir.
48	"Boşuna Konuşma": İrokua Gıda Diplomasisi Amerikan Devrimi'nde	Diplomatik müzakerelerde sözlü söylem kadar gıda paylaşımı da güven ve ittifak inşasında temel bir araç olarak tanınmalıdır.
49	Mutfaktan elçiliğe diplomasisi yaklaşımları	Gastronominin ülkeler arası ilişkileri güçlendirmek için hızlı ve etkili bir araç olduğunu vurgular.

Kaynak: WoS veri tabanından elde edilen veriler kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Makaleler incelendiğinde tüm yazarların ortak noktası; gastrodiplomasisi uluslararası ilişkilerde hem ülkelerin tanıtımı hem de diplomasisi açısından önemli bir yere sahiptir.

5. SONUÇ

Bu çalışma, gastrodiplomasisi alanında üretilmiş akademik yayınları bibliyometrik yöntemle inceleyerek alanın gelişim dinamiklerini, kavramsal eğilimlerini ve metodolojik yönelimlerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Web of Science veri tabanından elde edilen 49 akademik yayın üzerinden gerçekleştirilen analizler, gastrodiplomasinin hem uluslararası ilişkiler hem de kültürel diplomasisi literatürü içerisinde giderek güçlenen ve disiplinler arası bir araştırma alanı haline geldiğini göstermektedir.

Web of Science veri tabanında yer alan kayıtların tarih aralığı incelendiğinde, en eski kaydın 1975 yılına ait olduğu görülmektedir. Ancak bibliyometrik analiz kapsamında "gastrodiplomasisi" "mutfak diplomasisi" ve "yemek diplomasisi" kavramları araştırıldığında, literatürde karşılaşılan en erken çalışmanın 2007 yılına ait olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmamızı bilimsel zemine oturtmak için yapılan ve tek filtreleme olan belge türü filtresinden sonra ilk yayın tarihi olarak 2011 yılı görülmüştür. Bu durum, gastrodiplomasinin akademik bir araştırma olarak görece yeni bir geçmişe sahip olduğunu ve alanın gelecekteki akademik üretim potansiyeline ilişkin önemli ipuçları sunmaktadır.

Araştırma yöntemleri bakımından elde edilen bulgular, gastrodiplomasisi literatüründe nitel araştırma desenlerinin baskın olduğunu ortaya koymaktadır. Söylem analizi, doküman incelemesi ve vaka çalışmaları gibi yöntemlerin yaygın kullanımı, alanın daha çok betimleyici ve yorumlayıcı bir perspektiften ele alındığını göstermektedir. Ancak nicel ve karma yöntemlerin sınırlı kullanımı, alanın ölçülebilir etki analizleri bakımından gelişime açık olduğunu göstermektedir. Bu noktada, gastrodiplomasinin etkilerinin sürdürülebilir biçimde değerlendirilebilmesi için ölçülebilir göstergelere dayalı araştırmalar gereklidir (Erginler, 2018; Soner, 2022).

Dil dağılımı incelendiğinde, yayınların büyük çoğunluğunun İngilizce olması, gastrodiplomasinin küresel akademik dolaşıma açık bir alan olduğunu göstermektedir. Buna karşın Türkçe yayın sayısının son

derece sınırlı olması dikkat çekicidir. Oysa Türkiye, zengin mutfak kültürü ve son yıllarda artan gastronomi temelli tanıtım faaliyetleriyle gastrodiplomasi açısından önemli bir potansiyele sahiptir.

Araştırma bulguları, gastrodiplomasi çalışmalarının özellikle 2020 sonrası dönemde belirgin bir artış gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, küreselleşme, yumuşak güç arayışları, ulus markalama stratejileri ve kültürel temsile dayalı diplomasi pratiklerinin önem kazanmasıyla doğrudan ilişkilidir. Nitekim Bucak ve Yiğit'e (2019) göre, gastrodiplomasi, ulusların mutfak kültürünü bir güç unsuru olarak kullanmaya başladığı yeni bir diplomatik alanı temsil etmektedir (Bucak & Yiğit, 2019, s. 1308). Bu tespit, çalışmamızın bulgularıyla örtüşmekte ve alanın güncelliğini teyit etmektedir.

Atıf sayılarına baktığımızda, disiplinler arası yaklaşımın (turizm, iletişim, uluslararası ilişkiler) literatürde güçlü bir karşılık bulduğunu görüyoruz. Özgül vakalara yoğunlaşan çalışmalar (örneğin Tayvan'ın diplomatik açılımı, Singapur'un UNESCO Hawker kültürü girişimi veya Trump-Kim Zirvesi bağlamında mutfak diplomasisi) ise literatürü derinleştiren tamamlayıcı katkılar sunmaktadır.

Bu çalışmada gerçekleştirilen bibliyometrik analiz sonucunda toplam 49 makale incelenmiştir. İncelenen çalışmaların yöntemsel dağılımı, alan yazarının büyük ölçüde nitel araştırma yaklaşımlarına dayandığını ortaya koymaktadır. Buna göre, analiz edilen makalelerin 47'sinin nitel araştırma yöntemiyle, yalnızca 2'sinin ise karma yöntem kullanılarak gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Bu bulgu, gastrodiplomasi çalışmalarında kavramsal tartışmalar, söylem analizleri, doküman incelemeleri ve vaka çalışmaları gibi nitel araştırma desenlerinin baskın olduğunu göstermektedir. Nicel çalışmanın olmaması ve karma yöntemlerinin sınırlı sayıda kullanılması, alanın henüz yöntemsel çeşitlilik açısından yeterince gelişmediğine işaret etmektedir. Bu durum, gastrodiplomasinin disiplinler arası yapısına rağmen ampirik ve ölçülebilir verilerle desteklenen çalışmaların görece az olduğu ortaya koymaktadır. Dolayısı ile gelecekte gerçekleştirilecek araştırmalarda nicel ve karma yöntemlerin daha fazla benimsenmesi, alanı teorik derinliğinin yanı sıra metodolojik sağlamlığının da güçlendirilmesine katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda, mevcut bulgular gastrodiplomasi literatürünün gelişim eğilimlerini ortaya koymakta ve ileride yapılacak çalışmalar için önemli bir yol haritası sunmaktadır.

Sonuç olarak, bu bibliyometrik analiz gastrodiplomasinin akademik literatüründe hızla gelişen, ancak teorik bütünlük ve metodolojik çeşitlilik açısından henüz olgunlaşma sürecinde olan bir alan olduğunu ortaya koymaktadır.

6. ÖNERİLER

Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen bibliyometrik analiz bulguları doğrultusunda, gastrodiplomasi alanında yapılacak gelecekteki akademik çalışmalar ve uygulamaya yönelik politikalar için çeşitli öneriler geliştirilebilir.

Öncelikle gastrodiplomasi literatüründe nicel ve nitel karma yöntemlere dayalı çalışmaların artırılması önerilmektedir. İncelenen yayınların büyük çoğunluğunun nitel araştırma deseniyle sınırlı kalması, alanın ölçülebilir etkilerinin ortaya konulmasını zorlaştırmaktadır. Oysa gastrodiplomasinin turizm gelirleri, ülke imajı, marka değeri ve kültürel algı üzerindeki etkileri nicel göstergeler aracılığıyla değerlendirilebilir. Gastrodiplomasinin sürdürülebilir bir kamu diplomasisi aracı haline gelebilmesi, somut ve ölçülebilir çıktılarla desteklenmesine bağlıdır (Soner, 2022).

İkinci olarak derleme ve meta-analiz çalışmalarının artırılması gerekmektedir. Alanın kavramsal sınırlarının henüz netleşmemiş olması, gastrodiplomasinin kimi zaman gastronomi turizmi, kimi zaman kültürel diplomasi ya da ulus markalama kavramlarıyla örtüşmesine neden olmaktadır. Bucak & Yiğit (2019) bu durumu "kavramsal belirsizlik ve terminolojik dağınıklık" olarak tanımlamakta ve sistematik literatür çalışmalarının önemine dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, kuramsal bütünlük sağlayacak kapsamlı derleme çalışmalarının alan yazına önemli katkılar sunacağı değerlendirilmektedir.

Üçüncü olarak, yerel ve ulusal bağlamı merkeze alan çalışmaların artırılması önerilmektedir. Bibliyometrik bulgular, gastrodiplomasi literatürünün büyük ölçüde Batı merkezli örnekler üzerinden

şekillendiğini göstermektedir. Türkiye gibi güçlü gastronomik mirasa sahip ülkeler açısından ise akademik üretimin sınırlı kaldığı görülmektedir. Oysa, yerel mutfak pratikleri ve tarihsel gastronomik miras, uluslararası algı inşasında stratejik bir kültürel sermaye niteliği taşımaktadır (Erginler,2018; Soner,2022). Bu nedenle Türkiye özelinde yapılacak vaka çalışmaları hem ulusal literatürü zenginleştirecek hem de uluslararası karşılaştırmalı çalışmalara katkı sağlayacaktır.

Dördüncü olarak, Türkçe akademik yayınların teşvik edilmesi önemli bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Çalışmada incelenen Web of Science verileri, Türkçe yayınların yok denecek kadar az olduğunu göstermektedir. Bu durum, alanın ulusal akademik çevrelerde yeterince tartışılmadığını ortaya koymaktadır. Kamu diplomasisi ve kültürel diplomasi alanlarında ulusal literatürün güçlenmesi, akademik bilginin politika yapma süreçlerine aktarılmasını kolaylaştırır (Karaosmanoğlu, 2017).

Son olarak, Gastrodiplomasinin yalnızca tanıtım ve turizm ekseninde değil; kültürel kimlik, sürdürülebilirlik, sağlık, göç ve kapsayıcılık gibi temalarla birlikte ele alınması önerilmektedir. Literatürde son yıllarda öne çıkan bu temalar gastrodiplomasinin çok boyutlu bir kamu diplomasisi aracı olduğunu göstermektedir. Özellikle göçmen mutfakları, coğrafi işaretli ürünler ve yerel üretim pratikleri üzerinden yapılacak çalışmalar, alanın eleştirel ve toplumsal boyutunu güçlendirecektir.

7. ARAŞTIRMANIN KISITLILIKLARI

Bu çalışma, gastrodiplomasi alanındaki akademik yayınları bibliyometrik analiz yöntemiyle incelemeyi amaçlamakla birlikte, bazı kısıtlılıklar içermektedir. Öncelikle araştırmanın veri seti yalnızca Web of Science (WoS) Core Collection veri tabanında indekslenen yayınlarla sınırlandırılmıştır. WoS veri tabanının tercih edilmesinin temel nedenleri; yayınevlerinden bağımsız bilimsel değerlendirme sürecine sahip olması, atıf ilişkilerini izlenebilir kılması ve uluslararası ölçekte akademik etkiyi ölçmeye olanak tanınmasıdır. Bununla birlikte, Scopus veya Google Scholar gibi daha geniş kapsamlı indekslerin dışarıda bırakılması, özellikle gelişmekte olan ülkelerde yürütülen çalışmaların analiz kapsamı dışında kalmasına yol açmış olabilir.

İkinci olarak, çalışmada kullanılan örneklem, belirlenen anahtar kelimeler doğrultusunda yapılan tarama sonuçlarıyla sınırlıdır. Gastrodiplomasi kavramının literatürde zaman zaman gastronomi turizmi, kültürel diplomasi veya mutfak kültürü gibi farklı başlıklar altında ele alınması, bazı çalışmaların anahtar kelime eşleşmesi nedeniyle veri setine dâhil edilememesine yol açmış olabilir. Bu durum, alanın kavramsal çeşitliliğinin analiz kapsamına tam olarak yansıtılamaması riskini beraberinde getirmektedir.

Bir diğer kısıtlılık, çalışmanın yalnızca araştırma makaleleri ve derleme makaleleri ile sınırlandırılmış olmasıdır. Bildiriler, kitap bölümleri, raporlar ve politika belgeleri gibi akademik ve yarı-akademik yayın türlerinin dışarıda bırakılması, özellikle uygulamaya dönük gastrodiplomasi faaliyetlerinin literatürdeki yansımalarının kapsam dışında kalmasına neden olmuştur.

Çalışmada kullanılan bibliyometrik analiz yöntemi, yayınların niceliksel göstergelerine odaklanmakta; içeriklerin teorik derinliği, metodolojik niteliği veya kavramsal katkıları hakkında ayrıntılı nitel değerlendirme sunmamaktadır. Bu durum, elde edilen bulguların alandaki yayınların etkisini ve önemini yalnızca atıf sayıları ve ağ ilişkileri üzerinden değerlendirmeyi zorunlu kılmaktadır.

Ayrıca atıf analizleri, yayınların zaman içerisinde birikimli olarak aldığı atıflara dayandığından, görece yeni tarihli çalışmaların akademik etkisinin olduğundan düşük görünmesine yol açabilmektedir. Bu durum, özellikle son yıllarda artış gösteren gastrodiplomasi çalışmalarının bilimsel etkisinin tam olarak, analiz sürecinde kullanılan VOSviewer ve bibliometrix yazılımlarının sunduğu görselleştirme ve ağ analizleri, belirli eşik değerlerine (threshold) dayalıdır. Bu eşik değerlerinin seçimi, ağ yoğunluğu ve kümelenme yapıları üzerinde sınırlı da olsa yorum farklılıklarına yol açabilmektedir.

Belirtilen bu kısıtlılıklara rağmen, çalışma gastrodiplomasi literatürünün genel eğilimlerini, yapısal özelliklerini ve akademik gelişim sürecini ortaya koymak açısından önemli bir çerçeve sunmakta; gelecekte yapılacak daha kapsamlı ve çok veri tabanlı çalışmalar için sağlam bir metodolojik zemin oluşturmaktadır.

KAYNAKÇA

- Acar, Y. (2021). Kültürel diplomasi bağlamında gastronominin ulusal imaja etkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(78), 112-123.
- Acar, Y., & Demir, M. (2022). Kültürel diplomasi ve ulus markalama sürecinde gastronomi. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 98-112.
- Akdu, S., & Akdu, U. (2018). Gastronomi turizmi ve kültürel miras ilişkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(1), 45-58.
- Akın, A., & Bostancı, B. (2021). Ulus markalama sürecinde gastronominin rolü. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(3), 567-583.
- Altaş, A. (2019). Gastronomi turizmi ve destinasyon markalaşması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2921-2938.
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Arndt, R. T. (2005). *The first resort of kings: American cultural diplomacy in the twentieth century*. Potomac Books.
- Arslan, E. (2022). Kültürel miras ve gastrodiplomasi ilişkisi. *Uluslararası Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 6(82), 77-91.
- Arslan, E., & Yıldırım, O. (2021). Gastronomik mirasın sürdürülebilirlik bağlamında değerlendirilmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(3), 255-370.
- Aydın, B. (2022). Gastronominin kültürel diplomasi bağlamında değerlendirilmesi. *Turizm ve Kültürel Miras Dergisi*, 4(2), 89-103.
- Bucak, T., & Yiğit, S. (2019). Gastromilliyetçilik ve gastrodiplomasi kavramları üzerine bir değerlendirme. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(4), 130-152.
- Clarivate. (2025). *Web of Science Core Collection*. <https://clarivate.com/webofscience>
- Cummings, M. C. (2003). *Cultural diplomacy and the United States government*. Center for Arts and Culture.
- Chapple-Sokol, S. (t.y.). *Our vision: Culinary diplomacy*. The Global Culinary Diplomacy Initiative. <https://www.culinarydiplomacyproject.org/our-vision>
- Çetin, T. (2020). *Kamu diplomasisi ve kültürel araçlar*. Beta Yayınları.
- Çevik, A., & Aslan, Z. (2020). Dünyada ve Türkiye’de gastrodiplomasi uygulamaları üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2298-2317.
- Durlu-Özkaya, F., & Cömert, M. (2018). Yöresel mutfakların kültürel miras açısından önemi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(1), 45-58.
- Erginler, A. (2018). Kültürel diplomasi bağlamında gastronominin yumuşak güç unsuru olarak kullanımı. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(72), 455-472.
- Gürbüz, A., & Ceylan, S. (2020). UNESCO somut olmayan kültürel miras ve gastronomi. *Turizm ve Kültürel Miras Dergisi*, 3(1), 25-40.

- Henderson, J. C. (2009). Food tourism reviewed. *British Food Journal*, 111(4), 317-326. <https://doi.org/10.1108/00070700910951470>
- Kalın, İ. (2018). *Türk dış politikası ve yumuşak güç*. Küre Yayınları.
- Kara, M., & Sezgin, M. (2020). Popüler kültür ve gastronomi ilişkisi: Kore mutfağı örneği. *Gastronomi ve Mutfak Sanatları Dergisi*, 6(1), 77-93.
- Karaca, O., & Yıldırım, H. (2021). Akdeniz diyeti ve kültürel sürdürülebilirlik. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(2), 189-203.
- Karaosmanoğlu, K. (2017). Kamu diplomasisi perspektifinden gastrodiplomasi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 45, 63-78.
- Kodaz, D., & Açıklan, S. (2024). Yeni bir kamu diplomasisi uygulaması olarak gastrodiplomasi. *Akademik Hassasiyetler*, 11(25), 268-293. <https://doi.org/10.58884/akademik-hassasiyetler.1404061>
- Kozak, N., & Bahçe, S. (2021). Kültürel miras ve turizm ilişkisi bağlamında Akdeniz diyeti. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(1), 23-38.
- Kurnaz, A., & Saraçoğlu, N. (2020). Gastronomik kimlik ve destinasyon pazarlaması. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 9(2), 67-82.
- Mark, S. (2009). Rethinking cultural diplomacy: The cultural diplomacy of New Zealand, the small state with few resources. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 39(2), 80-96. <https://doi.org/10.3200/JAML.39.2.80-96>
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. Public Affairs.
- Nye, J. S. (2011). *The future of power*. Public Affairs.
- Oxford University Press. (2024). *Oxford research encyclopedia of international studies*. <https://oxfordre.com/internationalstudies>
- Özdemir, B. (2019). *Gastrodiplomasi ve kültürel kimlik*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Özdemir, B., & Kurnaz, A. (2021). Gastronomi ve yumuşak güç ilişkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 32(1), 65-78.
- Özkan, A. (2019). Kamu diplomasisi ve yumuşak güç ilişkisi: Türkiye örneği. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 14(1), 1-22.
- Özkan, M., & Akgün, B. (2010). Turkey's opening to Africa. *The Journal of Modern African Studies*, 48(4), 525-546. <https://doi.org/10.1017/S0022278X10000595>
- Pham, M. J. A. (2013). Food as communication: A case study of Korea's gastrodiplomacy. *Journal of International Service*, 22(1), 1-22.
- Polat, S. (2023). Gastrodiplomasinin uluslararası tanıtımdaki rolü. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 41-55.
- Polat, S., & Demir, M. (2023). Gastronominin uluslararası tanıtımında stratejik rolü. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12(1), 54-69.
- Rockower, P. (2012). Recipes for gastrodiplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 8(3), 235-246. <https://doi.org/10.1057/pb.2012.17>

- Soner, M. (2022). *Gastrodiplomasi kavramı üzerine değerlendirme. Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(2), 1285-1302.
- Sormaz, Ü., & Akmeşe, H. (2019). Coğrafi işaretli ürünler ve gastronomi turizmi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(3), 312-328.
- Sunanta, S. (2005). The globalization of Thai cuisine. *Canadian Journal of Development Studies*, 26(1), 123-136.
- Sünnetçioğlu, S., & Durlu-Özkaya, F. (2022). Gastronominin kültürel miras bağlamında değerlendirilmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 6(1), 45-61.
- Şengül, S. (2020). Kültür, kimlik ve gastronomi ilişkisi. *Turizm ve Kültürel Miras Dergisi*, 3(2), 119-133.
- Şengül, S., & Türkay, O. (2019). Gastronomi kültürü ve bölgesel kimlik ilişkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(2), 143-156.
- The Economist. (2024). *The Economist*. <https://www.economist.com>
- UNESCO. (2024). *Intangible cultural heritage committee 2024*. <https://www.unesco.org/en/intangible-cultural-heritage/committee-2024>
- Yalçın, E. (2022). Gastronomi ve uluslararası tanıtım stratejileri. *Turizm Perspektifleri Dergisi*, 4(2), 141-156.
- Yıldırım, A. (2021). Kore dalgası ve kültürel diplomasi. *Asya Çalışmaları Dergisi*, 5(1), 65-82.
- Yılmaz, A., & Taş, S. (2021). Kültürel diplomasi aracı olarak gastronomi ve ulusal imaj. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(2), 45-60.

Diyarbakır İlinin Mutfak Kültürünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Girme Potansiyelinin SWOT Analizi Çerçevesinde Değerlendirilmesi¹

Başak BOZ^a, Mehmet Fatih KAYRAN^b

^aÖğr. Gör., Harran Üniversitesi, Halfeti Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Şanlıurfa, Türkiye, basakboz@harran.edu.tr - ORCID: 0000-0002-8369-2908

^bDr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, Halfeti Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Şanlıurfa, Türkiye, fatihkayran@harran.edu.tr - ORCID: 0000-0002-2711-7829

ÖZ

Küreselleşme ile yerel değerlerin korunması ve sürdürülebilir kalkınma stratejileri, çağdaş şehircilik ve turizm politikalarının merkezine yerleşmiştir. Bu bağlamda, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN) bünyesindeki gastronomi teması, şehirlerin mutfak mirasını küresel bir marka değerine dönüştürmek adına stratejik bir argüman sunmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, Mezopotamya'nın çok katmanlı tarihsel birikimine ev sahipliği yapan Diyarbakır ilinin mutfak kültürünü UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kriterleri çerçevesinde analiz etmek ve kentin bu ağa dahil olma potansiyelini değerlendirmektir. Araştırmada veriler doküman analizi ve literatür taraması kullanılarak toplanmış; güncel akademik çalışmalar, ulusal raporlar ve tescilli şehirlerin başarı modelleri sentezlenerek kapsamlı bir veri havuzu oluşturulmuştur. Elde edilen verilere nitel araştırma yöntemlerinden SWOT ve TOWS analizi tekniği uygulanmıştır. SWOT analizi bulguları; Diyarbakır'ın kozmopolit mutfak yapısı, Karacadağ pirinci ve meftune gibi coğrafi işaretli ürünlerin varlığı, yaşayan usta-çırak geleneği ve yerel halkın yüksek miras farkındalığının kentin en temel güçlü yönleri olduğunu ortaya koymuştur. Öte yandan; kurumsal koordinasyon zayıflığı, uluslararası düzeyde profesyonel markalaşma stratejisinin eksikliği ve gastronomi eğitim imkânlarının kısıtlılığı temel zayıf yönler olarak saptanmıştır. Küresel deneyim turizmi trendleri ve Mezopotamya Lezzet Yolu gibi bölgesel iş birliği projeleri önemli fırsatlar sunarken; kültürel erozyon, fast-food kültürünün yükselişi ve bölgesel rekabet baskısı kentin önündeki temel tehditler olarak belirlenmiştir. Ayrıca TOWS analizi bulguları Diyarbakır'ın UNESCO Gastronomi Şehri olma sürecindeki başarısının, görece düşük etkili unsurlara odaklanmaktan ziyade kurumsal yapılanma ve deneyim odaklı markalaşma stratejilerine öncelik verilmesine bağlı olduğunu ortaya koymuştur.

Anahtar kelimeler: Diyarbakır, Unesco, Yaratıcı Şehirler, SWOT, Gastronomi Turizmi, Kültürel Miras

Evaluation of the Potential of Diyarbakir's Culinary Culture to Join the UNESCO Creative Cities Network within the Framework of SWOT Analysis

ABSTRACT

In the process of globalization, preserving local cultural heritage and sustainable development strategies have become central to contemporary urbanism and tourism policies. The UNESCO Creative Cities Network (UCCN) provides a strategic platform for transforming the culinary heritage of cities into global brand value. This study aims to analyze the culinary culture of Diyarbakir, a province harboring the multi-layered historical accumulation of Mesopotamia, within the framework of UCCN gastronomy criteria and to evaluate the city's potential for inclusion in this network. Data collected through qualitative research methods, including document analysis and literature review, were synthesized in light of current academic studies, national reports, and successful models of registered cities. The findings of the SWOT and TOWS analysis conducted within the scope of the study revealed that the city's cosmopolitan culinary structure, geographically indicated products such as Karacadağ rice, and the vibrant master-apprentice tradition are its fundamental strengths. Conversely, lack of institutional coordination, insufficient professional branding strategies, and limited educational opportunities were identified as primary weaknesses. While global experiential tourism trends and Mesopotamian Taste Route projects offer significant opportunities, cultural erosion and the rise of fast-food culture constitute the main threats. Consequently, the TOWS analysis demonstrates that Diyarbakir's success in the UNESCO candidacy process depends on prioritizing institutional restructuring and experience-oriented strategic branding rather than focusing on low-impact factors.

Keywords: Diyarbakır, Unesco, Creativity Cities, SWOT, Gastronomy Tourism, Cultural Heritage

Received: 09.12.2025

Accepted: 20.03.2026

Published: 29.03.2026

Cite as: Boz, B., & Kayran, M. F. (2026). Diyarbakır ilinin mutfak kültürünün UNESCO yaratıcı şehirler ağına girme potansiyelinin SWOT analizi çerçevesinde değerlendirilmesi. *Anatolia Social Research Journal*, 5 (1), 30-44. <https://doi.org/10.5281/zenodo.19307643>

¹ Bu çalışma 6-8 Kasım 2025 tarihinde düzenlenen 3. Uluslararası Mezopotamya İnanç, Kültür ve Gastronomi Turizmi Kongresi'nde özet bildirisi olarak sunulmuştur.

EXTENDED ABSTRACT

Purpose

This study aims to analyze the culinary culture of Diyarbakır within the framework of the Gastronomy theme of the UNESCO Creative Cities Network (UCCN) and to evaluate the city's potential for inclusion in the network. Specifically, it seeks to assess Diyarbakır's gastronomic assets, institutional capacity, and strategic positioning in relation to UCCN criteria, while identifying structural strengths and developmental gaps through a sustainability-oriented lens.

Design/Methodology/Approach

This study employs a qualitative approach to assess Diyarbakır's culinary culture for potential inclusion in the UNESCO Creative Cities Network (UCCN). Data were collected through document analysis and a comprehensive literature review, including academic publications and official reports. Findings were analyzed using SWOT analysis and further evaluated with the TOWS matrix (SO, WO, ST, WT) to develop actionable strategic recommendations. Expert review and cross-verification ensured the validity of results, systematically assessing the city's gastronomic assets, tourism infrastructure, and cultural heritage against UCCN criteria.

Findings

The findings reveal that Diyarbakır possesses significant cultural and gastronomic capital aligned with UCCN gastronomy criteria. The city's cosmopolitan culinary identity, geographically indicated products such as Karacadağ rice and meftune, its living master-apprentice culinary tradition, and strong local heritage awareness constitute its primary strengths. Additionally, the presence of the Diyarbakır Fortress and Hevsel Gardens Cultural Landscape enhances the city's global visibility and tourism integration potential.

However, key weaknesses include limited institutional coordination, insufficient professional international branding strategies, and restricted gastronomy education infrastructure. While global experience-oriented tourism trends and regional initiatives such as the Mesopotamia Taste Route create strategic opportunities, cultural erosion, the rise of fast-food consumption patterns, and intensifying regional competition pose significant threats.

Practical Implications

The study provides strategic recommendations for local policymakers, tourism planners, and institutional stakeholders. Establishing a coordinated governance mechanism—such as a dedicated gastronomy council or office—would strengthen the city's candidacy process and long-term sustainability planning. Enhancing professional branding, investing in gastronomy education, standardizing service quality, and integrating culinary routes with historical and agricultural landscapes are identified as priority actions. These measures would contribute not only to UNESCO candidacy but also to sustainable local economic development and cultural heritage preservation.

Originality/Value

This research contributes to the literature by offering a comprehensive, criteria-based assessment of Diyarbakır's gastronomic potential within the UNESCO Creative Cities Network framework. Unlike descriptive tourism studies, it integrates cultural heritage management, sustainable development strategy, and urban branding perspectives into a unified analytical model. The study thus provides both a theoretical contribution to gastronomy city discourse and a practical roadmap for medium-sized heritage cities seeking international cultural network recognition.

1. GİRİŞ

Küreselleşme süreci, yerel kültürlerin standartlaşması riskini beraberinde getirirken, aynı zamanda özgün değerlerin ve kültürel çeşitliliğin korunmasına yönelik farkındalığı da artırmıştır. Günümüz turizm ve şehircilik politikalarında yerel miras, sadece geçmişin bir kalıntısı olarak değil, kentsel markalaşma ve ekonomik kalkınmanın stratejik bir unsuru olarak konumlandırılmaktadır. Bu bağlamda, Birleşmiş Milletler

Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) tarafından 2004 yılında hayata geçirilen Yaratıcı Şehirler Ağı (UNESCO Creative Cities Network- UCCN), şehirlerin yaratıcılığı sürdürülebilir kalkınmanın merkezine yerleştirmesini teşvik etmektedir. Gastronomi, müzik, edebiyat, film, tasarım, medya sanatları, zanaat ve halk sanatları olmak üzere yedi farklı temada şekillenen bu ağ, şehirlerarası iş birliğini güçlendirerek yerel mutfak kültürlerinin uluslararası platformda birer prestij nesnesine dönüşmesine olanak sağlamaktadır (Yılmaz vd., 2020). Özellikle gastronomi teması, bir destinasyonun sahip olduğu özgün lezzetleri, geleneksel üretim tekniklerini ve toplumsal belleği küresel birer turistik çekim unsuru haline getirerek kentsel rekabet avantajı sağlamaktadır (Akkuş & Yordam, 2020).

Türkiye, zengin mutfak mirası ve tarihsel derinliği ile UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nda etkin bir rol oynamaktadır. 2015 yılında Gaziantep'in gastronomi alanında ağa dahil olan ilk Türk şehri olması, yerel değerlerin küresel ölçekte tescillenmesi noktasında bir dönüm noktası oluşturmıştır. Gaziantep'in ardından Hatay (2017) ve Afyonkarahisar'ın (2019) elde ettiği başarılar, Türkiye'nin farklı bölgelerindeki kadim şehirler için motivasyon kaynağı olmuş; gastronominin kültürel mirasın korunması ve bölgesel kalkınma süreçlerindeki rolünü perçinlemiştir (Kayran & Atçı, 2021). Bu süreç, gastronominin bir turizm ürünü olması ile kentsel kimliğin korunmasında ve sürdürülebilir kalkınmada da bir stratejik araç olduğunu kanıtlamıştır (Gülduran & Saltık, 2020).

Diyarbakır ili, Mezopotamya'nın çok katmanlı tarihsel birikimi, Türk, Kürt, Arap, Ermeni ve Süryani kültürlerinin yüzyıllardır süregelen etkileşimiyle şekillenmiş kozmopolit mutfak yapısıyla Türkiye'nin en güçlü gastronomi destinasyonlarından biridir. Kentin sahip olduğu binlerce yıllık mutfak mirası; Karacadağ pirinci, Diyarbakır karpuzu ve meftune gibi coğrafi işaretli ürünlerin yanı sıra nesilden nesile aktarılan usta-çırak ilişkisiyle yaşayan bir kimliğe sahiptir. Diyarbakır Surlar ve Hevsel Bahçeleri gibi UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer alan somut miras alanları, kentin uluslararası prestijini perçinlerken, gastronomi de bu mirasın tamamlayıcı ve somut olmayan bir parçası olarak öne çıkmaktadır (Özdemir & Hastaoğlu, 2024). Yerel halkın mutfak mirasına olan güçlü bağlılığı ve farkındalık düzeyi kentin yaratıcı şehir statüsü elde etmesindeki en önemli sosyal sermayeyi oluşturmaktadır (Bal, 2021). Ancak bu potansiyelin uluslararası standartlara taşınması, kentin güçlü ve zayıf yönlerinin yanı sıra dış çevreden kaynaklanan dinamiklerin bilimsel bir bakış açısıyla analiz edilmesini zorunlu kılmaktadır.

Diyarbakır, Mezopotamya'nın çok katmanlı tarihsel birikiminden beslenen kozmopolit mutfak kültürü ve zengin somut olmayan kültürel miras unsurlarıyla dikkat çeken önemli bir gastronomik potansiyele sahiptir. Bununla birlikte, mevcut akademik alan yazın incelendiğinde kentin mutfak kültürüne ilişkin çalışmaların büyük ölçüde betimleyici nitelikte kaldığı; söz konusu gastronomik mirasın, UNESCO Creative Cities Network çerçevesinde tanımlanan Yaratıcı Şehir yaklaşımı ve uluslararası gastronomi şehirleri kriterleri doğrultusunda stratejik ve analitik bir değerlendirmeye yeterince konu edilmediği görülmektedir. Bu çerçevede araştırmanın temel problemi; Diyarbakır'ın sahip olduğu köklü gastronomik birikimin, küresel ölçekte tanınan bir Gastronomi Şehri kimliğine dönüşmesini sınırlandıran kurumsal, yönetsel ve tanıtımsal yapısal zafiyetlerin belirlenmesi ve söz konusu potansiyelin sürdürülebilir turizm perspektifi doğrultusunda stratejik bir kalkınma aracına nasıl dönüştürülebileceğinin ortaya konulmasıdır. Buradan hareketle çalışma, Diyarbakır'ın özgün mutfak kültürünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil edilme potansiyelini stratejik bir perspektifle değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Çalışma kapsamında kentin gastronomik değerleri, SWOT ve TOWS analizi çerçevesinde sentezlenerek; güçlü ve zayıf yönleri, fırsat ve tehditleri belirlenmiş ve stratejiler ortaya konmuştur. Bu araştırma, Diyarbakır'ın UNESCO Gastronomi Şehri unvanını kazanması yolunda atılması gereken somut adımları belirleyerek, yerel karar vericiler ve paydaşlar için stratejik bir eylem planı sunmayı ve Türkiye'nin yaratıcı şehir vizyonuna akademik bir katkı sağlamayı hedeflemektedir.

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN), şehirlerarası iş birliğini artırmak, kültürel çeşitliliği teşvik etmek ve sürdürülebilir kalkınmayı desteklemek amacıyla kurulmuştur. Ağ kapsamında gastronomi teması, şehirlerin yerel mutfak kültürlerinin uluslararası platformda tanıtılması, gastronomi turizminin geliştirilmesi ve yerel ekonominin güçlendirilmesi açısından önemli bir rol oynamaktadır (Pearson & Pearson, 2016; Yılmaz vd., 2020). Gastronomi şehri unvanı, şehirlerin marka değerini artırmakta, tanıtım faaliyetlerini

güçlendirmekte ve yerel ürünlerin uluslararası pazarlara açılmasına olanak sağlamaktadır (Akkuş & Yordam, 2020). Richards (2015), yaratıcı turizmin bir parçası olarak gastronominin, turistlerin yerel kültürle kurduğu bağı derinleştirdiğini ve mekanın ruhunu yansıttığını savunmaktadır. Gastronomi unvanı alan şehirlerde, markalaşma faaliyetlerinin yerel üreticileri desteklediği ve somut olmayan mirası turistik bir çekim unsuru haline getirdiği gözlemlenmiştir (Lee & Scott, 2015). Gaziantep'in 2015 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi alanında dahil olması, Türkiye'de bu alandaki farkındalığın artmasına öncülük etmiştir (Rinaldi, 2017; Yılmaz vd., 2020). Gaziantep örneğinde olduğu gibi, mutfak kültürünün çeşitliliği, gastronomik kimlik, yerel ürünlerin tanıtımı, gastronomi festivalleri ve eğitim kurumlarının varlığı gibi unsurlar, UNESCO'nun belirlediği kriterler arasında yer almaktadır (Akkuş & Yordam, 2020).

Diyarbakır, tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış, zengin kültürel mirası ve özgün mutfak kültürüyle dikkat çeken bir şehirdir. Diyarbakır'ın mutfak kültürü, Türk, Kürt, Arap ve Ermeni gibi farklı etnik grupların etkisiyle şekillenmiş, çok katmanlı bir yapıya sahiptir (Özdemir & Hastaoğlu, 2024). Şehirde yetiştirilen yerel ürünler, geleneksel pişirme teknikleri ve özgün yemek çeşitleri, Diyarbakır mutfağının temelini oluşturmaktadır. Diyarbakır mutfağı, kebaplar, etli yemekler, bakliyat ağırlıklı yemekler, hamur işleri ve tatlılar gibi geniş bir yelpazeye sahiptir. Ayrıca, Diyarbakır'ın mutfak kültürü, yemek çeşitliliğinin yanı sıra toplumsal yaşamda oynadığı rolle de öne çıkmaktadır. Yerel halkın yemek kültürüne olan bağlılığı, geleneksel yemeklerin nesilden nesile aktarılması ve toplumsal dayanışma kültürü, Diyarbakır mutfağının sürdürülebilirliğini sağlamaktadır (Bal, 2021).

Kültürel mirasın turizm potansiyeli açısından değerlendirilmesi, Diyarbakır'ın sahip olduğu tarihi ve kültürel değerlerin ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkı sağlaması açısından büyük önem taşımaktadır. Diyarbakır Surları ve Hevsel Bahçeleri gibi UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan yapılar, şehrin uluslararası tanınırlığını artırırken, mutfak kültürü de bu mirasın önemli bir bileşeni olarak öne çıkmaktadır (Özdemir & Hastaoğlu, 2024). Yerel halkın kültürel mirasa yönelik farkındalık düzeyinin yüksek olması, mutfak kültürünün korunması ve tanıtılması açısından önemli bir faktördür (Bal, 2021).

Alan yazın incelendiğinde illerin gastronomi potansiyelinin ortaya konulduğu birçok çalışma yer aldığı görülmektedir. Bu mevcut durumun değerlendirildiği çalışmaların önemli bir kısmında SWOT analizi tekniğinden yararlanıldığı görülmektedir. Bu kapsamda literatürde yer alan çalışmaların bir kısmı aşağıda özetlenmiştir.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN) kapsamında şehirlerin gastronomik potansiyellerini inceleyen çalışmalar literatürde önemli bir yer tutmaktadır. Bu kapsamda Adamış (2022) tarafından yapılan araştırma, Bursa ilinin gastronomi kenti olma potansiyelini paydaş görüşleri üzerinden analiz etmiştir. Çalışmada; Bursa'nın zengin ürün çeşitliliği, coğrafi işaretli ürünlerin varlığı ve güçlü mutfak mirası kentin en önemli güçlü yönleri olarak öne çıkmaktadır.

Gastronomi potansiyelinin UNESCO standartlarına göre analiz edildiği bir diğer önemli çalışma ise Alyakut & Küçükkömürler (2018) tarafından gerçekleştirilen Kocaeli örneğidir. Yazarlar, Kocaeli'nin zengin bir mutfak mirasına sahip olmasına rağmen, bu değerlerin sanayi kenti kimliğinin gölgesinde kaldığını ve turistik bir çekicilik unsuru olarak yeterince konumlandırılmadığını belirtmişlerdir.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı adaylık süreçlerinde yerel dinamiklerin ve paydaşların sürece yönelik algıları, başarının temel anahtarı olarak kabul edilmektedir. Bu doğrultuda Özer (2021) tarafından yapılan araştırma, Kayseri'nin UNESCO Gastronomi Kenti olma potansiyelini paydaş görüşleri çerçevesinde değerlendirmiştir. Çalışma sonucunda, Kayseri'nin köklü mutfak kültürüne ve yerel lezzetlerine (mantı, pastırma, sucuk vb.) olan güvenin tam olduğu, ancak paydaşlar arasında tanıtım eksikliği ve kurumsal koordinasyon zayıflığı gibi konuların ortak endişe kaynakları olduğu saptanmıştır.

Gastronomi turizmi potansiyelinin belirlenmesinde bölgesel demografik yapının ve göç yollarının mutfak kültürü üzerindeki etkisi literatürde sıkça vurgulanmaktadır. Bu kapsamda Akkil vd. (2024) tarafından Düzce ili özelinde gerçekleştirilen araştırma, farklı etnik grupların ve milletlerin bir arada yaşamasının bölgeye özgü kozmopolit bir gastronomik kimlik kazandırdığını ortaya koymuştur. Çalışma, Düzce'nin göç tarihi ve

ticaret yolları üzerindeki konumunun yerel malzemelerin kullanımı ve pişirme teknikleri üzerinde belirleyici bir rol oynadığını saptamıştır.

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki illerin gastronomi potansiyelini stratejik bir perspektifle ele alan çalışmalar, bölgenin ortak kültürel mirasını ve karşı karşıya olduğu benzer zorlukları anlamak açısından önemlidir. Bu bağlamda [Kardeş \(2024\)](#), Siirt ilinin gastronomi turizmi potansiyelini SWOT analizi yöntemiyle incelemiştir. Araştırma bulguları; Siirt mutfağının köklü geçmişi, yerel ürün yetiştiriciliği ve Türk, Kürt, Arap kültürlerinin harmanlanmasıyla oluşan zengin çeşitliliği kentin en önemli güçlü yönleri olarak saptamıştır.

Destinasyonların gastronomi turizmi potansiyellerinin belirlenmesinde SWOT analizi, yerel değerlerin ekonomik birer turizm ürününe dönüştürülmesi aşamasında rehberlik etmektedir. Bu kapsamda [Kasar vd. \(2024\)](#), Silifke'nin gastronomi potansiyelini değerlendirdikleri çalışmalarında; bölgenin sahip olduğu coğrafi işaretli ürünlerin varlığını ve yerel mutfak kültürünün antik dönemlerden bu yana süregelen tarihsel kökenlerini kentin en belirgin güçlü yönleri olarak saptamışlardır.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na kabul edilen destinasyonların stratejik analizleri, aday şehirler için birer başarı modeli (benchmarking) teşkil etmektedir. Bu kapsamda [Zencir \(2022\)](#) tarafından gerçekleştirilen araştırma, Türkiye'nin tescilli gastronomi şehirlerinden biri olan Afyonkarahisar'ın potansiyelini SWOT analizi ile değerlendirmiştir. Çalışmada; Afyonkarahisar'ın zengin ürün yelpazesi (sucuk, lokum, kaymak vb.), köklü tarihi geçmişi ve bu değerlerin coğrafi işaretlerle korunması en temel güçlü yönler olarak saptanmıştır. Bu bulgular,

Mezopotamya havzasındaki destinasyonların gastronomi turizmi odaklı stratejik analizleri, bölgenin bir bütün olarak kalkınması açısından rehber niteliğindedir. Bu doğrultuda [Akturfan vd. \(2024\)](#) tarafından yapılan araştırma, Şanlıurfa ilinin gastronomi turizmi potansiyelini SWOT analizi yöntemiyle derinlemesine incelemiştir. Yazarlar; Şanlıurfa'nın zengin ve özgün yemek çeşitliliğini, tescilli ürün sayısının fazlalığını ve mutfak kültürünün inanç turizmiyle (Balıklıgöl, Göbeklitepe vb.) entegre olmasını kentin en belirgin güçlü yönleri olarak saptamıştır.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na (UCCN) dahil olan destinasyonların deneyimleri, adaylık sürecindeki diğer şehirler için stratejik birer yol haritası sunmaktadır. Bu bağlamda [Öz vd. \(2023\)](#) tarafından yapılan araştırma, Türkiye'nin tescilli gastronomi şehirlerinden biri olan Hatay'ın potansiyelini SWOT analizi yöntemiyle değerlendirmiştir. Yazarlar; Hatay'ın çok kültürlü yapısı, zengin yemek çeşitliliği ve mutfak tarihsel derinliğini kentin en temel güçlü yönleri olarak saptamıştır.

Türkiye'nin gastronomi turizmindeki küresel temsilinde Gaziantep, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dahil edilen ilk destinasyon olarak bir mihenk taşı görevi görmektedir. Bu bağlamda [Birdir vd. \(2016\)](#) tarafından yürütülen araştırma, Gaziantep'in turizm potansiyelini SWOT analizi yöntemiyle değerlendirerek stratejik öneriler geliştirmiştir. Çalışmada; kentin 400'ü aşkın özgün yemek çeşidine sahip olması, mutfak kültürünün tarihi ipek yolu ile bütünleşmesi ve yerel yönetimlerin güçlü desteği kentin en temel güçlü yönleri olarak saptanmıştır.

UNESCO ağına dahil olan uluslararası destinasyonlar, Diyarbakır gibi aday şehirler için stratejik modeller sunmaktadır. Örneğin, İspanya'nın Denia şehri, yerel deniz ekosistemini koruyarak gastronomiyi bir kalkınma aracı olarak kullanmış; Parma (İtalya) ise gıda endüstrisi ile akademik kurumlar arasındaki bağı güçlendirerek unvanı kazanmıştır ([UNESCO, 2021](#)). [Berg & Sevón \(2014\)](#) tarafından yapılan çalışma, gastronomik markalaşmanın sadece lezzet üzerine değil, aynı zamanda şehrin yenilikçilik kapasitesi ve sosyal içerme politikaları üzerine inşa edilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Doğu Anadolu Bölgesi'ndeki illerin gastronomi potansiyelleri, genellikle bölgenin sahip olduğu hayvansal hammadde zenginliği ve geleneksel üretim teknikleri üzerine şekillenmektedir. Bu kapsamda Türk (2021) tarafından Muş ili özelinde gerçekleştirilen SWOT analizi, kentin gastronomi turizmi noktasındaki durumunu ortaya koymuştur. Çalışma; Muş köftesi, çorti ve yerel otlar gibi özgün lezzetlerin varlığını, kentin en temel güçlü yönleri olarak saptamıştır.

3. YÖNTEM

Bu araştırmada, Diyarbakır ilinin mutfak kültürünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na (UCCN) dahil olma potansiyeli nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılarak değerlendirilmiştir. Araştırma deseninde hem fiziksel hem de dijital kaynakların sistematik bir biçimde tetkik edilmesine dayanan doküman analizi ve kapsamlı bir literatür taraması kullanılmıştır. Bu çerçevede nitel araştırma süreçlerinde sıklıkla başvurulmuş yöntemler; veriler aracılığıyla derinlemesine bir anlam üretme, çalışılan konuya dair kavramsal bir çerçeve oluşturma ve ampirik veri setlerini yorumlayarak bilimsel çıkarımlarda bulunma amacını taşır (Corbin & Strauss, 2008; Kırıl, 2020). Bu doğrultuda; Diyarbakır'ın kültürel mirası, gastronomi turizmi potansiyeli ve UNESCO kriterleriyle ilgili ulusal/uluslararası literatür ile kente dair güncel saha araştırmalarından elde edilen bulgular bütüncül bir yaklaşımla analiz edilmiştir.

Araştırmanın veri çözümleme aşamasında, stratejik bir değerlendirme aracı olan SWOT analizi (Güçlü, Zayıf, Fırsat ve Tehdit- GZFT) ve TOWS analizi kullanılmıştır. SWOT analizi, bir kurumun veya destinasyonun içsel dinamikleri ile dış çevreden gelen faktörleri eş zamanlı inceleyerek ileriye dönük stratejik bir yol haritası oluşturma sürecidir (Kayran vd., 2025; Ongun vd., 2016). SWOT analizi, bir destinasyonun veya kurumun güçlü (Strengths), zayıf (Weaknesses) yönlerini, fırsat (Opportunities) ve tehditlerini (Threats) sistematik olarak ortaya koyan stratejik bir analiz yöntemidir. Gastronomi turizmi açısından SWOT analizi, bir şehrin mutfak kültürünün mevcut durumunu değerlendirmek, potansiyelini ortaya çıkarmak ve stratejik planlamaya bilimsel bir temel oluşturmak için yaygın olarak kullanılmaktadır (Arı & Araç, 2024). SWOT analizi, şehirlerin gastronomi turizmi potansiyelini artırmak için güçlü yönlerin nasıl kullanılacağı, zayıf yönlerin nasıl giderileceği, fırsatların nasıl değerlendirileceği ve tehditlerin nasıl bertaraf edileceği konusunda yol gösterici olmaktadır (Sormaz vd., 2023). Turizm planlama süreçlerinde kullanımı giderek yaygınlaşan bu yöntem; destinasyonların rekabet kapasitelerini detaylıca ölçümlemeye olanak tanıırken, stratejik kalkınma hedefleri ile gelecek planlarının oluşturulmasında temel bir referans noktası teşkil etmektedir (Yan & Wang, 2021; Akturfan vd., 2022). Özellikle turizm özelinde SWOT analizi; ilgili destinasyonun arz kapasitesine dair avantaj ve dezavantajlarını net bir şekilde ortaya koyarak, ulusal hedeflerle uyumlu stratejik kararların alınmasına zemin hazırlar (Yeşiltaş, 2009; Öz vd., 2023).

TOWS analizi ise Weihrich (1982) tarafından literatüre kazandırılmıştır. SWOT analizinin dört boyutlu yapısını sistematik olarak eşleştirerek analitik karar alma sürecini desteklemektedir. Bu çerçevede dört strateji grubu geliştirilir; SO stratejileri, kurumun veya destinasyonun sahip olduğu içsel güçlü yönlerin etkin biçimde kullanılması yoluyla dış çevrede ortaya çıkan fırsatlardan en üst düzeyde yararlanmayı hedefleyen, büyüme ve gelişme odaklı stratejilerdir. WO stratejileri ise dış çevredeki fırsatların değerlendirilmesi aracılığıyla kurumun ve destinasyonun mevcut içsel zayıflıklarının giderilmesini ya da iyileştirilmesini amaçlayan stratejilerdir. Diğer bir strateji olan ST stratejileri, kurumun ve destinasyonun güçlü yönlerinden yararlanarak dış çevrede ortaya çıkabilecek tehditlerin olası etkilerini azaltmayı veya ortadan kaldırmayı amaçlayan koruyucu nitelikteki stratejilerdir. Son olarak WT stratejileri ise hem içsel zayıflıkları hem de dış çevreden kaynaklanan tehditleri eş zamanlı olarak en aza indirmeyi hedefleyen, daha çok savunmacı yaklaşım çerçevesinde geliştirilen stratejilerdir (Dyson, 2004).

SWOT analizinin uygulanma aşamasında ilk olarak ilgili literatüre ulaşmak amacıyla TR Dizin, Dergipark ve Google Akademik veri tabanları taranmıştır. Taramalar; *Diyarbakır, Unesco, Yaratıcı Şehirler, SWOT, Gastronomi Turizmi, Kültürel Miras* anahtar kelime kombinasyonları kullanılarak yürütülmüştür. Bunun yanı sıra *Karacadağ Kalkınma Ajansı Turizm Raporları (2020-2025)*, Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi Stratejik Planları detaylı bir doküman incelemesine tabi tutulmuştur. İkinci aşamada elde edilen veriler, içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Kodlama sürecinde, Diyarbakır'ın mevcut turizm altyapısı, tescilli ürün sayısı, tarihi mirası ve yerel kurumların kapasitesi gibi şehrin kendi kontrolündeki içsel faktörler, güçlü yönler ve zayıf yönler başlıkları altında sınıflandırılmıştır. Buna karşılık; makroekonomik dalgalanmalar, iklim değişikliğinin tarıma etkisi, küresel gastronomi trendleri ve komşu illerin rekabet gücü gibi şehrin doğrudan kontrolü dışında kalan dışsal faktörler ise fırsatlar ve tehditler olarak kategorilendirilmiştir. Kategorize edilen veriler bir araya getirilerek birbirini tekrar eden veya literatürce desteklenmeyen zayıf maddeler elenerek her bir kategori altında kodlar oluşturulmuştur. Bununla birlikte verilerin geçerliliğini sağlamak için veriler

gastronomi turizmi alanında uzman 3 akademisyene sunulmuştur. Uzmanlardan gelen geri bildirimler doğrultusunda maddeler revize edilmiştir. Bulguların tek bir kaynağa dayanmaması için; akademik yayınlar, resmi raporlar ve tescil verileri birbirleriyle karşılaştırılarak teyit edilmiştir (Yıldırım & Şimşek, 2013). Analiz sonucunda elde edilen veriler sadece listelenmemiş; kentin güçlü yönlerini fırsatlarla birleştiren, zayıf yönlerini ise tehditlere karşı koruyan TOWS Stratejik Matrisi (SO, WO, ST, WT) aşamasına taşınarak stratejiler geliştirilmiştir (Dyson, 2004).

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Diyarbakır'ın gastronomi turizmi kapasitesini ve UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN) kriterlerine uyum düzeyini ölçümlemek amacıyla verilere SWOT ve TOWS analizleri uygulanmıştır. Bulgular UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı gastronomi şehri kriterleri çerçevesinde değerlendirilmiştir. Bu kapsamda UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı tarafından gastronomi şehri kriterlerine aşağıda yer verilmiştir (Akın & Bostancı, 2017; Akkuş & Yordam, 2020).

1. Kentsel merkezin ve/veya bölgenin özelliği olan iyi gelişmiş gastronomi
2. Çok sayıda geleneksel restoranlar ve/veya seflere sahip canlı gastronomi topluluğu
3. Geleneksel yemeklerde kullanılan endojen maddeler
4. Endüstriyel / teknolojik ilerlemeler karşısında devam eden yerel (nasıl yapıldığını bilmek), geleneksel mutfak uygulamaları ve pişirme yöntemleri
5. Geleneksel gıda pazarları ve geleneksel gıda endüstrisi
6. Gastronomi festivallerine, ödüllere, yarışmalara ve diğer tanınırlık faaliyetlerine ev sahipliği yapma geleneği
7. Çevreye saygı ve sürdürülebilir yerel ürünlerin tanıtımı
8. Kamuoyunun takdirine çalışmak, eğitim kurumlarında beslenmenin teşvik edilmesi, açılış okulları müfredatında biyoçeşitliliği koruma programlarının dâhil edilmesi.

Diyarbakır'ın gastronomi odağındaki bu stratejik görünümü; güçlü yönler (Tablo 1), zayıf yönler (Tablo 2), fırsatlar (Tablo 3) ve tehditler (Tablo 4) başlıkları altında ayrıntılarıyla sunulmuştur. Araştırma kapsamında saptanan her bir SWOT bileşeni, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN) kriterlerine etkisi ve literatürdeki stratejik değeri baz alınarak 5 yüksek etkiden 1 düşük etkiye doğru puanlanmıştır. Bu derecelendirme, kentin sınırlı kaynaklarını hangi alanlara kanallı etmesi gerektiğini gösteren bir yol haritası niteliğindedir.

Tablo 1. Diyarbakır Mutfak Kültürünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Potansiyeline İlişkin SWOT Analizi: Güçlü Yönleri

No	Analiz Kategorisi	Ağırlıklandırılmış Puan	Sentezlenmiş Özellikler
S1	Tarihsel Birikim	5	Mezopotamya'nın çok katmanlı medeniyet mirasının mutfak kültüründe derin bir yapı oluşturması.
S2	Yerel Ürünler	5	Karacadağ pirinci ve Diyarbakır karpuzu gibi coğrafi işaretli ürünlerin gastronomik kimliği desteklemesi.
S3	Kültürel Çeşitlilik	4	Farklı etnik ve dini mutfak geleneklerinin UNESCO ilkeleriyle örtüşen çoğulcu yapısı.
S4	Mekânsal Altyapı	4	Sur içi ve Hevsel Bahçeleri gibi tarihi alanların gastronomi turizmne entegre altyapı sunması.
S5	Ürün Çeşitliliği	3	Kaburga dolması, meftune ve ciğer kebabı gibi otantik lezzetlerin yüksek gastronomi potansiyeli.
S6	Bilgi Aktarımı	3	Ustalık geleneği ve aile içi gastronomik hafızanın nesilden nesile canlı bir şekilde aktarılması.
S7	Farkındalık	2	Düzenlenen gastronomi fuarları ve yerel festivallerle kentin mutfak değerlerinin tanıtımının artması.
S8	Sosyal Sahiplenme	2	Yerel halkın mutfak kültürünü günlük yaşamın merkezinde tutarak mirasa sahip çıkması.
S9	Teknik Koruma	1	Geleneksel pişirme ve üretim tekniklerinin modern yaşamda hâlen yaygın şekilde korunması.

UNESCO'nun gastronomi şehri kriterleri ile Diyarbakır'ın mevcut potansiyeli arasındaki ilişki, kentin tarihsel derinliği ile yaşayan kültürü arasındaki güçlü bağları ortaya koymaktadır. Tablo 1'de yer alan Diyarbakır'ın önemli değerleri (5 Puan) olarak tanımlanan Karacadağ pirinci ve Diyarbakır karpuzu gibi coğrafi işaretli ürünler, UNESCO'nun 3. kriterindeki endojen maddeler ve 7. kriterindeki sürdürülebilir yerel ürünlerin tanıtımı ile doğrudan örtüşmektedir; bu unsurlar kentin adaylığı için önemli bir temel oluşturmaktadır. Mezopotamya'nın çok katmanlı mirası ile beslenen etnik ve dini mutfak çeşitliliği (4 Puan), UNESCO'nun canlı gastronomi topluluğu (2. Kriter) ve iyi gelişmiş gastronomi (1. Kriter) beklentilerini, kentin çok kültürlü yapısıyla karşılamaktadır. Özellikle Sur içi ve Hevsel Bahçeleri gibi mekanların gastronomiyle entegre olması, UNESCO'nun bütüncül kentsel gelişim vizyonunu destekler niteliktedir.

Kentin orta seviyeli (3 Puan) güçlü yönleri arasında yer alan ustalık geleneği ve simgesel yemeklerin deneyim potansiyeli, UNESCO'nun 4. kriterindeki geleneksel mutfak uygulamaları ve 8. kriterdeki aşçılık mirasının korunması ile paralel bir gelişim göstermektedir. Yerel halkın sahiplenme düzeyi ve mevcut gastronomi fuarları (2 Puan), 6. kriterdeki gastronomi festivallerine ev sahipliği yapma geleneği için gerekli olan toplumsal tabanı ve etkinlik altyapısını beslemektedir. Son olarak, geleneksel üretim tekniklerinin modernleşmeye rağmen korunmuş olması (1 Puan), her ne kadar stratejik etkisi düşük puanlanmış olsa da UNESCO'nun 4. kriterindeki teknolojik ilerlemeler karşısında geleneksel yöntemleri koruma şartı için kentin halihazırda sahip olduğu doğal bir güvencedir.

Tablo 2. Diyarbakır Mutfak Kültürünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Potansiyeline İlişkin SWOT Analizi: Zayıf Yönleri

No	Analiz Kategorisi	Ağırlıklandırılmış Puan	Sentezlenmiş Özellikler
W1	Kurumsal Yapı	5	UNESCO süreçlerini yönetecek kalıcı bir stratejik birimin yetersizliği.
W2	Markalaşma	5	Uluslararası pazarda yeterli görünürlüğün ve profesyonel markalaşma stratejisinin bulunmaması.
W3	Algı Sorunu	4	Zaman zaman gündeme gelen güvenlik algısının yabancı turist ziyaretlerini olumsuz etkilemesi.
W4	Fiziksel Altyapı	3	Gastronomi odaklı nitelikli restoranların ve modern sunum yapan mekanların yetersizliği.
W5	Standartlaşma	3	Geleneksel reçetelerin işletmeler arasında farklılık göstermesi sonucu oluşan tutarlılık sorunu.
W6	Eğitici Kaynaklar	2	Gastronomi eğitim imkânlarının kısıtlılığı ve yerel mutfakta uzman şef sayısının azlığı.
W7	Finansman	2	Gastronomi projeleri için sürdürülebilir ve yeterli finansal kaynaklara erişimin kısıtlı olması.
W8	Üretici Düzeyi	1	Küçük ölçekli üreticilerin hijyen ve pazarlama gibi kurumsallaşma süreçlerindeki zorlukları.
W9	Envanter	1	Mutfak hikâyelerini ve tekniklerini içeren akademik nitelikte kapsamlı bir envanterin eksikliği.

Tablo 2'de yer alan Diyarbakır'ın gastronomi alanındaki zayıf yönleri, UNESCO'nun 8 temel kriteriyle karşılaştırıldığında, kentin zengin mutfak mirasının neden henüz küresel bir marka haline gelememesine etken sebepler göze çarpmaktadır. Kentin en önemli zayıflığı olan stratejik birim yetersizliği (5 Puan), UNESCO'nun 1. ve 6. kriterlerinde vurgulanan iyi gelişmiş gastronomi merkezi olma ve tanınırlık faaliyetlerine ev sahipliği yapma vizyonunun önündeki en büyük engellerden biri olarak değerlendirilebilir. Bu yönetsel boşluk, mevcut potansiyelin uluslararası standartlarda pazarlanmasını olumsuz etkilemektedir. Dış algıdaki güvenlik kaygıları nedeniyle turizm akışının kısıtlanması (4 Puan) ise, UNESCO'nun hedeflediği canlı gastronomi topluluğu (2. Kriter) ve geleneksel gıda pazarlarının (5. Kriter) yabancı ziyaretçilerle buluşmasını zorlaştırarak ekonomik sürdürülebilirliği zayıflatmaktadır.

Hizmet süreçlerindeki standartlaşma sorunu ile nitelikli mekan azlığı (3 Puan), UNESCO'nun 2. kriterindeki geleneksel restoran ve profesyonel şef topluluğu beklentisiyle tezat oluştururken; gastronomi eğitim imkânlarının kısıtlılığı (2 Puan), 8. kriterde yer alan eğitim kurumlarında beslenmenin teşvik edilmesi ve aşçılık okulları müfredatı şartının tam olarak yerine getirilemediğini göstermektedir. Son olarak,

gastronomik envanterin eksikliği ve küçük üreticilerin kurumsallaşma sorunları (1 Puan), her ne kadar yönetilebilir zayıflıklar olarak görülse de kentin 3. ve 4. kriterlerdeki endojen maddelerin ve geleneksel mutfak uygulamalarının kayıt altına alınarak korunması ilkesiyle doğrudan ilişkilidir.

Tablo 3. Diyarbakır Mutfak Kültürünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Potansiyeline İlişkin SWOT Analizi: Fırsatlar

No	Analiz Kategorisi	Ağırlıklandırılmış Puan	Sentezlenmiş Özellikler
O1	Başarı Modelleri	5	Türkiye'deki UNESCO gastronomi şehirlerinin başarılarının yol gösterici olması.
O2	Küresel Trendler	5	Dünyada yükselen deneyim temelli turizm eğiliminin otantik mutfaklara ilgiyi artırması.
O3	Bölgesel İş Birliği	4	Mezopotamya Lezzet Yolu gibi ortak bölgesel gastronomi rotalarının oluşturulabilmesi.
O4	Girişimcilik	4	Modern yorumlu yöresel restoranlar ve atölyeler için kentin sunduğu yatırım fırsatları.
O5	Politik Destek	3	Yerel yönetimlerin kültürel miras ve gastronomi odaklı kalkınmaya öncelik vermesi.
O6	Deneyim Rotası	3	Hevsel Bahçeleri ve tarihi çarşılarla entegre edilmiş yeni gastronomi rotalarının geliştirilmesi.
O7	Akademik Destek	2	Üniversitelerle yapılacak iş birliklerinin yerel mutfağın belgelenmesine katkı sağlaması.
O8	Dijital Dönüşüm	2	Sosyal medya ve dijital platformlar üzerinden küresel çapta tanıtım yapılabilmesi.
O9	Tescil İmkanları	1	Henüz tescillenmemiş yöresel ürünlerin coğrafi işaret sürecine dahil edilme potansiyeli.
O10	Sürdürülebilirlik	1	Geleneksel üretimin Slow Food ve sürdürülebilir tarım akımlarıyla tam uyum göstermesi.

Tablo 3'te yer alan Diyarbakır'ın gastronomi alanındaki gelişim sürecine ilişkin dış çevresel fırsatlar, UNESCO kriterleri çerçevesinde değerlendirildiğinde, kentin mevcut zayıf yönlerinin iyileştirilmesine katkı sağlayabilecek ve güçlü yönlerinin uluslararası düzeyde görünürlük kazanmasına olanak tanıyabilecek bir rol üstlenmektedir. Özellikle Gaziantep ve Hatay gibi tescilli şehirlerin başarı modelleri ile dünyada yükselen otantiklik odaklı deneyim turizmi trendi (5 Puan), UNESCO'nun 1. ve 2. kriterlerinde aranan iyi gelişmiş gastronomi merkezi ve canlı gastronomi topluluğu vizyonu için en güçlü dış motivasyondur. Bu örnekler, Diyarbakır'ın kendi modelini oluştururken kullanabileceği hazır birer yol haritası sunmaktadır. Mezopotamya Lezzet Yolu gibi bölgesel iş birliği potansiyelleri (4 Puan), UNESCO'nun 6. kriterindeki tanınırlık faaliyetleri ve festivallerin sınırlarını aşarak kenti bir rota destinasyonu haline getirme potansiyeli taşımaktadır. Yerel yönetimlerin miras odaklı politikaları ve tarihi dokuyla bütünleşik rotalar (3 Puan), UNESCO'nun 5. kriterinde vurgulanan geleneksel gıda pazarları ve mekânsal sürdürülebilirliğin kurumsallaşmasına zemin hazırlamaktadır. Son olarak, yeni ürün tescil potansiyeli ve Slow Food akımlarıyla uyum (1 Puan), kentin 3. kriterindeki endojen maddelerin korunması ve 7. kriterdeki çevreye saygılı sürdürülebilir üretim ve tanıtımı ilkeleriyle düşük bir uyum içerisindedir.

Tablo 4. Diyarbakır Mutfak Kültürünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Potansiyeline İlişkin SWOT Analizi: Tehditler

No	Analiz Kategorisi	Ağırlıklandırılmış Puan	Sentezlenmiş Özellikler
T1	Kültürel Değişim	5	Küreselleşme ve fast-food kültürünün genç nesli geleneksel mutfaktan uzaklaştırması.
T2	Nesil Farkı	4	Ustalık becerilerinin ve kadim tariflerin gençlere aktarılamadan unutulma riski.
T3	Rekabet	4	Gastronomi alanında markalaşmış komşu illerin yarattığı güçlü bölgesel rekabet.
T4	Dış Faktörler	3	Siyasi ve sosyo-ekonomik istikrarsızlıkların turizm talebi üzerindeki baskısı.
T5	Ekolojik Riskler	3	İklim değişikliğinin Karacadağ pirinci gibi kilit tarımsal ürünlerin verimine etkisi.
T6	Kalite Sorunu	2	Hizmet sektöründeki personel eksikliğinin gastronomi deneyim kalitesini düşürmesi.
T7	Süreklilik	2	Uzun soluklu UNESCO süreci için gereken finansal desteğin kesintiye uğrama riski.

T8	Teknik Riskler	1	UNESCO başvuru dosyalarındaki kriterlerin veya sürdürülebilirlik planlarının yetersizliği.
T9	Ekonomik Zarar	1	Özgün yöresel ürünlerin taklitlerinin piyasada yer alarak marka değerini zedelemesi.

Tablo 4'te sunulmuş olan Diyarbakır'ın gastronomi geleceğini tehdit eden unsurlar, UNESCO'nun koruma odaklı kriterleriyle kıyaslandığında, kentin somut olmayan kültürel mirasının ne denli hassas bir dengede durduğunu göstermektedir. Kentin karşı karşıya olduğu en büyük risk olan küreselleşme ve fast-food kültürünün yarattığı kültürel homojenleşme (5 Puan), UNESCO'nun 1. ve 4. kriterlerinde aranan iyi gelişmiş gastronomi özelliği ve geleneksel pişirme yöntemlerini koruma ilkesine yönelik doğrudan bir saldırı niteliğindedir. Bu durum, Diyarbakır'ın binlerce yıllık özgün mutfak kimliğini sıradanlaştırma riski taşımaktadır. Mutfak hafızasının genç nesillere aktarılamaması ve komşu illerle yaşanan bölgesel rekabet (4 Puan), UNESCO'nun 2. kriterindeki canlı gastronomi topluluğu ve 8. kriterdeki eğitim kurumlarında mirasın teşvik edilmesi şartlarını tehlikeye atmaktadır; zira usta-çırak ilişkisi koptuğunda gastronomi topluluğunun sürdürülebilirliği de sona ermektedir.

İklim krizinin tarımsal verimlilik üzerindeki etkileri (3 Puan), kentin 3. kriterindeki endojen maddelerin (özellikle Karacadağ pirinci) ve 7. kriterdeki çevreye saygılı sürdürülebilir yerel ürünlerin varlığını fiziksel olarak tehdit etmektedir. Tarımsal sürdürülebilirlik olmadan gastronomi şehri unvanı alabilmesi mümkün olmayacaktır. Hizmet sektöründeki nitelikli personel kaybı (2 Puan), UNESCO'nun 2. kriterindeki şeflere sahip canlı topluluk yapısını zayıflatırken; başvuru dosyalarındaki teknik eksiklikler ve taklit ürünler (1 Puan), 6. kriterdeki tanınırlık faaliyetleri ve coğrafi işaretlerin korunması sürecinde idari birer engel teşkil etmektedir. Ancak bu son gruptaki riskler, doğru bir stratejik yönetim ve tescil takibiyle en kolay bertaraf edilebilecek unsurlar olarak görülmektedir.

Tablo 5.TOWS Matrisi

İÇ / DIŞ FAKTÖRLER	FIRSATLAR (O)	TEHDİTLER (T)
GÜÇLÜ YÖNLER (S)	SO STRATEJİLERİ	ST STRATEJİLERİ
	S1,S2,S4 + O2,O3,O6: Mezopotamya mirasını ve tescilli ürünleri, Sur içi ve Hevsel Bahçeleri gibi UNESCO alanlarıyla birleştirerek Gastronomi Deneyim Rotaları oluşturmak ve küresel otantiklik trendine (O2) bu yüksek katma değerli ürünlerle yanıt vermek.	S3,S6 + T1,T2,T3: Komşu illerin rekabetine ve fast-food kültürüne karşı, kentin kozmopolit mutfak hafızasını (S3) usta-çırak projeleriyle (S6) koruma altına almak; Diyarbakır Mutfağı Akademisi üzerinden özgünlüğü tescilleyerek kültürel erozyonu önlemek.
ZAYIF YÖNLER (W)	WO STRATEJİLERİ	WT STRATEJİLERİ
	W1,W2,W9 + O1,O5,O7: Türkiye'deki başarılı UNESCO şehirlerini (O1) model alarak üniversite-yerel yönetim iş birliğiyle (O7) gastronomi birimleri (W1) kurmak ve bu merkez aracılığıyla kentin uluslararası markalaşma (W2) ve envanter (W9) eksikliğini gidermek.	W3,W4,W5 + T4,T6,T7: Güvenlik algısı ve hizmet kalitesi risklerine karşı; yerel işletmelerde standartlaşma (W5) ve sertifikasyon programları başlatmak; iklim krizine (T5) karşı Karacadağ pirinci gibi stratejik ürünler için dirençli tarım politikaları geliştirmek.

Tablo 5'te yer alan SO stratejisi incelendiğinde, Diyarbakır için öncelikli hamlenin, Mezopotamya mirasını, küresel deneyim trendi ile buluşturmak olduğu görülmektedir. Bu sayede kentin sadece bir yemek noktası değil, binlerce yıllık bir hikaye merkezi olduğu vurgulanabilecektir. Aynı zamanda Hevsel Bahçeleri'nden gelen ürünlerin Sur içi mekanlarında sunulduğu bütünleşik rotalar, kentin dünyadaki rakiplerinden ayrışmasını sağlayacak temel büyüme stratejisi olarak değerlendirilebilecektir.

WO stratejileri değerlendirildiğinde, kentin yönetim alanındaki eksikliklerinin Türkiye'deki başarılı uygulama örnekleri ve akademik destek mekanizmaları aracılığıyla giderilmesi gerektiği görülmektedir. Bu doğrultuda, UNESCO hedefi açısından gastronomi alanında kurumsal bir yapılanmanın oluşturulması bir tercih olmaktan ziyade göz ardı edilmemesi gereken bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır. Söz konusu birim,

kentin gastronomik envanterin oluşturulması ve tanıtım faaliyetlerinin geliştirilmesi gibi altyapıdaki zayıflıkları, mevcut fırsatlardan yararlanarak önemli ölçüde iyileştirebilecek bir işlev üstlenebilecektir.

ST stratejilerinin temel amacı, kentin gastronomik özgünlüğünün korunmasıdır. Küresel fast-food kültürünün yaygınlaşması ve kuşaklar arası aktarımın zayıflaması gibi tehditler, kentin güçlü yönleri arasında yer alan usta-çırak geleneği ve çok kültürlü mutfak yapısı aracılığıyla dengelenebilir. Bu bağlamda, özellikle genç kuşaklara yönelik gastronomi festivalleri, eğitim atölyeleri ve deneyim odaklı etkinliklerin düzenlenmesi, kentin gastronomik mirasının korunmasına katkı sağlayarak bu mirası etkili bir savunma mekanizmasına dönüştürebilir.

WT stratejileri, en savunmacı yaklaşımı temsil eden ve sürdürülebilirliği önceliklendiren alanı ifade etmektedir. Bu bağlamda, hizmet standartlarındaki yetersizlikler ve nitelikli personel kaybı gibi içsel zayıflıkların, yerel düzeyde oluşturulacak bir sertifikasyon ve eğitim sistemi aracılığıyla minimize edilmesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra, iklim değişikliğinin tarımsal üretim üzerindeki olası olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla yerel üreticilere yönelik destek programlarının geliştirilmesi ve uygulanması önem arz etmektedir. Bu tür uygulamalar, hem gastronomik üretim zincirinin sürekliliğini sağlamaya hem de kentin gastronomi temelli kalkınma sürecinin sürdürülebilirliğini güçlendirmeye katkı sağlayacaktır.

TOWS analizi, Diyarbakır'ın UNESCO Gastronomi Şehri olma sürecindeki başarısının, görece düşük etkili unsurlara odaklanmaktan ziyade kurumsal yapılanma (WO) ve deneyim odaklı markalaşma (SO) stratejilerine öncelik verilmesine bağlı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda sağlanacak stratejik bütünlük, kentin sahip olduğu gastronomik potansiyelin ekonomik ve kültürel değer üreten sürdürülebilir bir kalkınma modeline dönüştürülmesinde önemli bir rol oynayacaktır.

Dışsal faktörler olarak iklim değişikliğinin tarımsal verimlilik (Karacadağ pirinci vb.) üzerindeki öngörülemez etkileri ve zaman zaman gündeme gelen güvenlik algısı gibi sosyo-ekonomik kırılganlıklar, turizm yatırımlarını ve turist akışını olumsuz etkileyebilecek potansiyel tehditlerdir. Ayrıca, UNESCO sürecinin uzun soluklu bir finansal ve bürokratik destek gerektirmesi, bu süreçteki olası bir koordinasyon kopukluğunu adaylık başarısı için önemli bir risk haline getirmektedir.

Diyarbakır'ın gastronomi turizmi potansiyeline yönelik gerçekleştirilen SWOT ve TOWS analizi bulguları, kentin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı (UCCN) kriterleriyle yüksek düzeyde uyum sağladığını, ancak bu potansiyelin kurumsallaşma ve markalaşma engellerine takıldığını göstermektedir. Araştırmada öne çıkan en güçlü yön, Mezopotamya'nın çok katmanlı tarihsel birikiminin mutfak kültürüne yansıyan kozmopolit yapısıdır. [Özdemir & Hastaoğlu \(2024\)](#) ile [Bal \(2021\)](#) tarafından vurgulanan yerel halkın mirasa yönelik yüksek farkındalığı, Diyarbakır'ın adaylık sürecindeki en büyük sosyal sermayesidir. Bu durum, UNESCO'nun üyelik için şart koştuğu toplumsal sahiplenme kriterinin Diyarbakır özelinde fazlasıyla karşılandığını kanıtlamaktadır.

Diyarbakır mutfağının sahip olduğu etnik ve dini çeşitlilik, kentin gastronomik kimliğini çoğulcu bir zemine oturtmaktadır. Bu bulgu, [Akkil vd. \(2024\)](#)'ın Düzce örneğinde saptadığı kozmopolit yapı ve [Kardeş \(2024\)](#)'ın Siirt mutfağı için tanımladığı çok kültürlü miras ile bölgesel ve kavramsal bir bütünlük sergilemektedir. Özellikle coğrafi işaretli ürünlerin (Karacadağ pirinci, örgü peyniri vb.) varlığı, [Zencir \(2022\)](#)'in Afyonkarahisar ve [Birdir vd. \(2016\)](#)'ın Gaziantep analizlerinde saptadığı başarı kriterleriyle örtüşerek, kentin otantiklik değerini akademik olarak tescil etmektedir.

Buna karşın, kentin en belirgin zayıf yönü olarak saptanan kurumsal koordinasyon eksikliği ve uluslararası markalaşma stratejisinin yetersizliği, sadece Diyarbakır'a özgü bir sorun değil; [Özer \(2021\)](#)'in Kayseri ve [Akkuş & Yordam \(2020\)](#)'ın Kastamonu çalışmalarıyla paralellik gösteren genel bir yapısal sorundur. Diyarbakır mutfağı ulusal düzeyde yüksek bir imaja sahip olsa da bu imajın UNESCO standartlarında bir turizm ürününe dönüştürülebilmesi, [Alyakut & Küçükkömürler \(2018\)](#)'in Kocaeli örneğinde belirttiği gibi, kentsel kimliğin gastronomi odağında yeterince konumlandırılmamasından kaynaklanmaktadır. [Yılmaz vd. \(2020\)](#)'nin belirttiği üzere, bir şehrin yemek imajının UCCN hedeflerine hizmet edebilmesi için yerel yönetimler ve sivil toplum arasında sürdürülebilir bir yönetim modeli kurulmalıdır.

Diyarbakır için en büyük fırsat, tescilli şehirlerin (Hatay, Gaziantep, Afyonkarahisar) deneyimleridir. Öz vd. (2023)'nin Hatay örneğinde belirttiği gibi, UNESCO tescilli sadece bir unvan değil, kentsel kalkınma için bir kalıdır. Diyarbakır'ın halihazırda UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer alan Surlar ve Hevsel Bahçeleri gibi alanlara sahip olması, Çağlar & Doğan (2018)'in da vurguladığı üzere turizm arzını güçlendiren muazzam bir altyapı sunmaktadır. Ancak, bu somut mirasın gastronomi ile entegre edilememesi bir risk teşkil etmektedir. Gülduran & Saltık (2020)'in yaratıcı şehirler arasındaki disiplinler arası etkileşim vurgusu dikkate alındığında, Diyarbakır'ın mutfak kültürünü kentin görsel ve tarihi dokusuyla birleştirerek sunması, onu rakiplerinden ayıran en temel stratejik hamle olacaktır.

Diyarbakır'ın UNESCO yolculuğundaki en ciddi tehdit; Türk (2021)'ün Muş ve Kasar vd. (2024)'nin Silifke için saptadığı geleneksel yapının bozulması ve küresel fast-food kültürünün baskısıdır. Komşu illerin (Şanlıurfa, Gaziantep) yarattığı güçlü bölgesel rekabet karşısında Diyarbakır, Akturfan vd. (2024)'nin Şanlıurfa için önerdiği bölgesel iş birliği modelini benimsemeli ve Mezopotamya havzasını bir bütün olarak pazarlayan stratejilere odaklanmalıdır. Aksi takdirde, sahip olunan zengin miras sadece potansiyel düzeyinde kalacak ve ekonomik bir değere dönüşemeyecektir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma, Diyarbakır'ın UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na (UCCN) gastronomi temasıyla dahil olma potansiyelini stratejik bir perspektifle ortaya koymuştur. Elde edilen bulgular, kentin Mezopotamya'nın çok katmanlı kültürel mirasını yansıtan kozmopolit mutfak yapısının, UNESCO'nun temel kriterleri olan kültürel çeşitlilik ve tarihsel derinlik ile tam bir uyum içerisinde olduğunu kanıtlamaktadır. Diyarbakır Surları ve Hevsel Bahçeleri gibi somut miras unsurlarının sağladığı uluslararası görünürlük, kentin gastronomi turizmi için eşsiz bir mekânsal altyapı sunmaktadır. Ancak yapılan analizler, kentin bu yüksek potansiyelinin önündeki en büyük engelin yapısal ve kurumsal yetersizlikler olduğunu göstermiştir. Zengin mutfak mirasına rağmen; profesyonel bir yönetim biriminin eksikliği, uluslararası markalaşma stratejilerinin zayıflığı ve işletmelerdeki sunum-kalite standartlarının tutarsızlığı, kentin küresel rekabet gücünü sınırlamaktadır. Sonuç olarak Diyarbakır, bir gastronomi kenti olmak için gerekli olan ham maddeye ve kültürel sermayeye fazlasıyla sahip olsa da bu değerleri sürdürülebilir bir ekonomik kalkınma modeline dönüştürebilmek adına acil bir stratejik dönüşüme ihtiyaç duymaktadır.

Diyarbakır'ın UNESCO adaylık sürecinde başarıya ulaşabilmesi için ilk etapta kurumsal yönetim eksikliğinin giderilmesi elzemdir. Bu koordinasyonun kalıcı bir zemine oturtulması amacıyla yerel yönetimler, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşlarının iş birliğinde çalışan; bünyesinde uzman şeflerin ve akademisyenlerin yer aldığı bağımsız gastronomi birimleri veya gastronomi konseyi kurulmalıdır. Yılmaz vd. (2020) tarafından vurgulandığı üzere, bir destinasyonun yemek imajının sürdürülebilir kalkınma hedeflerine hizmet edebilmesi için güçlü bir kurumsal yönetim yapısı şarttır. Bu birim, hem adaylık başvuru dosyasının bilimsel temellere dayandırılmasını sağlamalı hem de kentin gastronomi eylem planını denetleyerek sürdürülebilirliği garanti altına almalıdır. Şehrin bu ağı dahil edilmesi, sadece uluslararası tanınırlığı artırmakla kalmayacak, aynı zamanda yerel ekonomiyi güçlendirerek kültürel mirasın korunmasına hizmet edecektir (Özdemir & Hastaoğlu, 2024).

Kentin uluslararası gastronomi pazarında rekabet edebilmesi için geleneksel mutfak kültürünün profesyonel hizmet standartlarıyla entegre edilmesi gerekmektedir. İşletmelerde sunulan yöresel yemeklerin aslına uygun reçetelerle ve modern sunum teknikleriyle servis edilmesi, kentin gastronomik kimliğindeki tutarlılık sorununu ortadan kaldıracaktır. Akkuş & Yordam (2020) tarafından Kastamonu örneğinde belirtilen personel yetersizliği ve kurumsallaşma sorunları dikkate alındığında, yerel halk, işletmeciler ve kamu personeline yönelik kapsamlı eğitim programları ve seminerlerin başlatılması stratejik bir gerekliliktir (Bal, 2021). Bu süreçte altyapı ve üstyapı yatırımlarının güçlendirilmesi, restoran ve konaklama tesislerinin iyileştirilmesi ile ulaşım olanaklarının artırılması, kentin turizm kapasitesini doğrudan etkileyecek ve zengin mutfağın yüksek kaliteli bir deneyim turizmi ürünü olarak pazarlanmasına olanak tanıyacaktır (Çağlar & Doğan 2018).

Diyarbakır'ın gastronomik kimliğini güçlendirmek adına Karacadağ pirinci, Diyarbakır karpuzu ve meftune gibi kilit ürünlerin yanı sıra; yerel peynirler, tatlılar ve baharatlar da coğrafi işaret sürecine dahil

edilerek koruma altına alınmalıdır. Tanıtım faaliyetleri noktasında dijital platformların etkin kullanımı, uluslararası festivaller ve Mezopotamya'nın Sofrası gibi tematik kampanyalarla desteklenen kapsamlı pazarlama stratejileri geliştirilmelidir (Akkuş & Yordam, 2020). Bu süreçte bilimsel desteğin sürekliliği için Dicle ve Harran Üniversitesi iş birliğiyle bir Mezopotamya Gastronomi Araştırma ve Uygulama Merkezi kurulması, akademik bilgi üretimini kolaylaştıracaktır. Ayrıca; Sur içi, Hevsel Bahçeleri ve tarihi hanları kapsayan bir Diyarbakır Gastronomi Rotası oluşturularak yerel yemek atölyeleri ve hikâye anlatımı (storytelling) gibi deneyim alanları turizme kazandırılmalıdır.

Diyarbakır'ın bölgesel rekabet avantajını koruyabilmesi için komşu illerle olan etkileşimini rakip olma ekseninden iş birliği eksenine kaydırması, bölgesel bir kalkınma vizyonu açısından zorunluluktur. Şanlıurfa ve Gaziantep gibi tescilli şehirlerin deneyimlerinden faydalanılarak ortak bölgesel gastronomi koridorları kurgulanmalıdır. Akturfan vd. (2024) tarafından Şanlıurfa örneğinde önerilen bölgesel bütünleşme yaklaşımı, Diyarbakır'ın tekil bir durak olmaktan çıkıp geniş bir gastronomi havzasının merkezi haline gelmesini sağlayacaktır. Bu yaklaşım, gıda israfını azaltan ve çevre dostu uygulamaları teşvik eden politikalarla birleştirildiğinde, kentin UNESCO'nun sürdürülebilir kalkınma ilkelerine uyumunu kolaylaştıracaktır.

Son olarak, kültürel erozyona karşı geleneksel mutfak hafızasının gelecek nesillere aktarılması amacıyla toplumsal tabanlı bir başarı stratejisi izlenmelidir (Bal, 2021). Türk (2021) ve Kasar vd. (2024) tarafından vurgulanan otantik yapının korunması gerekliliği doğrultusunda, gastronomi mirasın yaşatılması için kadın kooperatifleri, genç girişimciler ve yerel esnafın sürece aktif katılımı teşvik edilmelidir. UNESCO yolculuğunun sadece bürokratik bir süreç değil, aynı zamanda toplumsal bir kimlik inşası olduğu bilinciyle; yerel üreticilerin desteklendiği, kadın emeğinin markalaştırıldığı ve dijital pazarlama araçlarının yerel hikâyelerle beslendiği bir model, Diyarbakır'ın özgünlüğünü küresel vitrine taşıyacak en güçlü strateji olacaktır.

KAYNAKÇA

- Adamış, E. (2022). Bursa'nın UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında gastronomi kenti olma potansiyeli: Paydaşlar üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 1056-1076.
- Akın, N., & Bostancı, B. (2017). UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında Gaziantep: Mevcut raporlar bağlamında bir değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8(19), 110-124.
- Akkil, A., Mesci, Z., Güler, A. Y., & Durcan, Ö. (2024). Düzce ilinin gastronomi turizm potansiyeli üzerine bir araştırma. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 8(2), 250-264.
- Akkuş, Ç., & Yordam, S. (2020). Kastamonu yemek kültürünün UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kriterleri kapsamında incelenmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(2), 915-936.
- Akturfan, M., Çınar, Z., & Özata, E. (2022). Karaman ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *GastroMedia Journal*, 1(1), 19-29.
- Akturfan, M., Sormaz, Ü., & Çekiç, İ. (2024). Şanlıurfa ilinin gastronomi turizm potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 11(2), 119-135.
- Alyakut, Ö., & Küçükkömürler, Ö. (2018). Kocaeli gastronomi potansiyelinin yaratıcı şehirler ağı kapsamında değerlendirilmesi. In *V. Uluslararası Orhan Gazi ve Kocaeli Tarihi-Kültürü Sempozyumu Bildirileri* (ss.1-15). Kocaeli.
- Arı, G., & Araç, E. (2024). Gastronomi turizmi SWOT analizi: Ankara örneği. *Journal of Silk Road Tourism Research*, 4(2), 43-50.
- Bal, F. (2021). *Yerel halkın kültürel mirasa yönelik farkındalık düzeyi: Diyarbakır ili örneği* (Tez No. 673551) [Yüksek lisans tezi, Batman Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Berg, P. O., & Sevón, G. (2014). Food-branding places: A sensory perspective. *Place Branding and Public Diplomacy*, 10(4), 289-304.

- Birdir, K., Karakan, H. İ., & Çolak, O. (2016). Gaziantep ilinin turizm açısından SWOT analizi ve turizmin geliştirilmesine yönelik öneriler. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(1), 6–25.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (3rd ed.). Sage.
- Çağlar, Z., & Doğan, M. (2018). UNESCO Dünya Miras Listelerinin turizm arzına etkisi: Diyarbakır örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(3), 455-471.
- Dyson, R. G. (2004). Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick. *European Journal of Operational Research*, 152(3), 631-640.
- Gülduran, Ç. A., & Saltık, I. A. (2020). Sahnede şehirler! Türkiye'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı-film alanı açısından değerlendirilmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (7), 335-358.
- Karacadağ Kalkınma Ajansı (2026). Raporlar. <https://www.karacadag.gov.tr/dokuman-merkezi/1/raporlar/>
- Kardeş, M. (2024). Siirt ili gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi: SWOT analizi örneği. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 7(2), 124-136.
- Kasar, H., Madenci, A. B., & Seçim, Y. (2024). Silifke gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 624–640.
- Kayran, M. F., & Atçıl, D. (2021). *Şanlıurfa'nın coğrafi işaretli ürünleri ve gastronomi turizmi potansiyeli*. Detay Yayıncılık.
- Kayran, M. F., Kayran, S. C. Ş., & Erdem, A. (2025). Meyve yemekleri üzerine çok paydaşlı bir SWOT analizi. *Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (2), 83-102.
- Kıral, B. (2020). Nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 170-189.
- Lee, K. H., & Scott, N. (2015). Food tourism reviewed using the lens of network theory. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 1(1), 15-26.
- Ongun, U., Gövdere, B., & Çiçek, U. (2016). Yeşilova'nın kırsal turizm potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(16), 75-88.
- Öz, H., Sormaz, Ü., Nizamlioğlu, H. F., & Akdağ, G. (2023). Hatay ilinin gastronomi turizm potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 7(1), 95-107.
- Özdemir, Ö., & Hastaoğlu, E. (2024). Diyarbakır ilinin kültürel miraslarının turizm potansiyeli ve yerel halkın görüşleri üzerine bir araştırma. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 291-316.
- Özer, O. (2021). Kayseri'nin “UNESCO Gastronomi Kenti” olabilirliğine ve gastronomi turizmine dair paydaş görüşleri. In A. Ayaz & S. Can (Eds.), *Gastronomide alternatif yaklaşımlar* (pp. 145-168). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Pearson, D., & Pearson, T. (2016). Branding food culture: UNESCO Creative Cities of Gastronomy. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 28(2), 164-176.
- Richards, G. (2015). Food and the tourism experience: Major findings and policy orientations. In *OECD Food and the Tourism Experience* (pp. 13–46). OECD Publishing.
- Rinaldi, C. (2017). Food and gastronomy for sustainable place development: A multidisciplinary analysis of different theoretical approaches. *Sustainability*, 9(10), 1748.
- Sormaz, Ü., Yılmaz, M., Özata, E., & Büyükyıldırım, C. (2023). Burdur ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(2), 1262-1279.

- Türk, O. (2021). Muş ilinin gastronomi turizmi potansiyeli ve SWOT analizi. *Journal of International Social Research*, 14(77), 1018-1029.
- UNESCO. (2021). *UCCN gastronomy: Cities report 2021*. <https://en.unesco.org/creative-cities/gastronomy>
- Weihrich, H. (1982). The TOWS matrix—A tool for situational analysis. *Long Range Planning*, 15(2), 54-66.
- Yan, Z. H., & Wang, X. J. (2021). Research on the tourism development and countermeasures of Nishan Town based on SWOT analysis.
- Yeşiltaş, M. (2009). Karadeniz bölgesindeki turizm olanaklarının SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (3), 250-269.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayınevi.
- Yılmaz, G., Kılıçarslan, D., & Caber, M. (2020). How does a destination's food image serve the common targets of the UNESCO Creative Cities Network? *International Journal of Tourism Cities*, 6(4), 785-812.
- Zencir, B. (2022). Afyonkarahisar ili gastronomi turizmi potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Anadolu Üniversitesi Mesleki Eğitim ve Uygulama Dergisi*, 1(2), 13-36.

Beyşehir Mutfak Kültüründe Göl Balıkları Üzerine Nitel Bir Araştırma

Yılmaz SEÇİM^a, Mehmet Berk AYDIN^b, Ayşe Büşra MADENCİ^c

^aDoç. Dr. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya, Türkiye,
ysecim@erbakan.edu.tr - ORCID: /0000-0002-9112-7650

^bÖğr. Gör. İnönü Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Malatya, Türkiye,
berk.aydin@inonu.edu.tr - ORCID: 0009-0001-8142-6403

^cDoç. Dr. . Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya, Türkiye,
bmadenci@erbakan.edu.tr - ORCID: 0000-0001-9987-6771

ÖZ

Bu çalışma, Türkiye'nin en büyük tatlı su gölü olan Beyşehir gölü çevresinde şekillenen balıkçılık ve balık temelli yerel mutfak kültürünü gastronomi ve kültürel boyutlarıyla incelemektedir. Araştırmada, Beyşehir mutfak uygulamalarında öne çıkan göl balığı türleri ile bu balıkların geleneksel işleme, pişirme ve muhafaza yöntemleri belirlenmiş; yerel kimliği temsil eden balık yemeklerinin üretim pratiklerinin belgelenmesi ve balık tüketiminin yerel beslenme alışkanlıklarındaki yerinin anlaşılması hedeflenmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşmeler ile mutfak uygulamalarında deneyime sahip 13 katılımcı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiş, veriler içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Bulgular, mutfakta en sık kullanılan türün sazan olduğunu; sudak, kadiye ve akbalığın daha sınırlı olarak tüketildiğini göstermektedir. Katılımcılar, geçmişe kıyasla balık miktarı ve tür çeşitliliğinin azaldığını, özellikle gövce balığının kaybolduğunu, siraz ve yağ balığı gibi türlerin ise nadir olarak görüldüğünü belirtmiştir. Kurutma ve salamura gibi geleneksel muhafaza yöntemlerinin balık türlerindeki azalma ve modern saklama imkanlarının gelişmesi ile terk edildiği tespit edilmiştir. Sazan kızartma, meyre (yahni) ve kapama öne çıkan yemeklerdir. Katılımcılar koruma ve tanıtım için festivaller düzenlenmesi, reçetelerin belgelenmesi, sürdürülebilir avcılık ve genç kuşaklara aktarım gibi öneriler geliştirmiştir. Bu çalışma, Beyşehir Gölü'ne ilişkin mevcut çalışmaların çoğunlukla biyolojik ve çevresel boyutlara odaklandığı literatüre, mutfak kültürü ve gastronomik miras perspektifinden bir katkı sunmaktadır.

Anahtar kelimeler: Beyşehir Gölü, Beyşehir Mutfacı, Göl Balıkları, Yerel Mutfak, Yöresel Yemekler

A Qualitative Study on Lake Fish in the Culinary Culture of Beyşehir

ABSTRACT

This study examines the fishery and fish-based local culinary culture shaped around Lake Beyşehir, the largest freshwater lake in Türkiye, from gastronomic and cultural perspectives. The research identifies the lake fish species prominent in Beyşehir culinary practices and the traditional processing, cooking, and preservation methods applied to these species; it further aims to document the production practices of fish dishes that represent local identity and to understand the place of fish consumption within local dietary habits. Using a qualitative research design, semi-structured interviews were conducted with 13 participants who have experience in local culinary practices, and the data were analyzed through content analysis. The findings indicate that *C. carpio* is the most frequently used species, while *S. lucioperca*, *T. tinca* and *S. anatolicus* are consumed less frequently. Participants reported a decline in both the quantity of fish and species diversity compared to the past; in particular, the *A. akili* has disappeared, and species such as *C. pestai* and *A. anatolicus* are now rarely encountered. Traditional preservation methods such as drying and salting have been abandoned due to the decrease in fish species and the development of modern storage facilities. Fried carp, meyre (stew) and kapama emerged as the most prominent dishes. Participants proposed measures for conservation and promotion, including organizing festivals, documenting recipes, ensuring sustainable fishing practices, and transmitting knowledge to younger generations. This study contributes to the literature on Lake Beyşehir, which has predominantly focused on biological and environmental dimensions, by offering a perspective grounded in culinary culture and gastronomic heritage.

Keywords: Lake Beyşehir, Beyşehir Cuisine, Lake Fish, Local Cuisine, Regional Foods

Received: 03.01.2026

Accepted: 21.03.2026

Published: 29.03.2026

Cite as: Seçim, Y., Aydın, M., & Madenci, A. B. (2026). Beyşehir mutfak kültüründe göl balıkları üzerine nitel bir araştırma. *Anatolia Social Research Journal*, 5 (1), 45-71. <https://doi.org/10.5281/zenodo.19307316>

EXTENDED ABSTRACT

Purpose

This study aims to examine the gastronomic, cultural, and nutritional significance of lake fish within the culinary culture of Beyşehir, a region shaped by the presence of Lake Beyşehir—the largest freshwater lake in Türkiye. The research focuses on identifying the primary fish species utilized in the local cuisine, documenting the traditional methods of processing, cooking, and preservation, and analyzing the cultural meanings and dietary roles attributed to fish consumption among the local community. In addition to determining the fish dishes that represent the local gastronomic identity, the study also seeks to reveal how these practices reflect the region's intangible culinary heritage and contribute to its cultural sustainability. While previous studies on Lake Beyşehir have predominantly focused on biological, ecological, or environmental aspects, this research addresses the culinary dimension of lake fish, thereby expanding the literature through an interdisciplinary perspective combining gastronomy, food culture, and heritage studies.

Design/Methodology/Approach

The study employs a qualitative research design using semi-structured interviews as the primary data collection tool. Participants were selected through purposive sampling to ensure that only those with direct experience in the acquisition, preparation, cooking, and consumption of lake fish were included. The sample consisted of 13 individuals residing in Beyşehir, representing a range of occupations such as restaurant owners, fishers, homemakers, and gastronomy professionals. Data were collected through face-to-face interviews conducted between 8 and 24 December 2025. Each interview followed a consistent guide to ensure comparability and validity. The responses were analyzed through content analysis, a method that enables the systematic identification of recurring themes and relationships among data. The analysis process revealed key thematic categories, including (1) changes in fish species and availability over time, (2) traditional preparation and preservation methods, (3) the diversity of fish-based dishes, and (4) suggestions for conservation and promotion of local fish cuisine. To ensure the consistency and clarity of interpretations, the data were organized and evaluated systematically in line with qualitative research procedures.

Findings

The findings reveal that the *Cyprinus carpio* is the most frequently used fish species in Beyşehir cuisine, while *Sander lucioperca*, *Tinca tinca*, and *Acanthorutilus anatolicus* are less commonly consumed. Participants emphasized that both the quantity and diversity of fish have declined over the years, mainly due to environmental degradation, invasive species introduction, and unsustainable fishing practices. The *A. akili*, once a symbolic fish of Lake Beyşehir, has become extinct, and species such as *C. pestai* and *A. Anatolicus* are now rarely found. Traditional preservation methods such as drying and salting—once widely practiced for storage during periods of abundance—have been largely abandoned with the advent of modern refrigeration and the decline in fish stocks.

In terms of culinary applications, carp is used in a variety of traditional dishes, the most prominent being fried carp, meyre (fish stew), and kapama (baked carp with yogurt or vegetables). The preparation of fried carp involves a distinct local technique of scoring the fish's surface with fine cuts to dissolve small bones during frying, reflecting a refined adaptation to the anatomical characteristics of the species. Kapama, on the other hand, is typically cooked over wood fire or embers, combining sensory and symbolic elements of communal cooking. The findings also document the cultural knowledge embedded in fish processing practices—such as the belief that the roe of siraz fish is poisonous, and the traditional use of every edible part of carp including the head and roe in stews and soups.

Overall, the results demonstrate that the culinary use of lake fish in Beyşehir represents not only a dietary tradition but also a form of cultural expression and environmental adaptation. However, modern lifestyle changes, decreased fish biodiversity, and technological transformations have led to the gradual disappearance of traditional practices. Participants proposed strategies for safeguarding these traditions, including organizing

local fish festivals, documenting traditional recipes, promoting sustainable fishing, and transferring culinary knowledge to younger generations.

Practical Implications

The study has several implications for gastronomy education, local food tourism, and cultural heritage management. The documentation of traditional fish-based dishes provides a foundation for culinary tourism initiatives centered on Lake Beyşehir, where authentic local foods can serve as attractions that strengthen regional identity and economic vitality. From a sustainability perspective, the findings underscore the importance of integrating traditional ecological knowledge into modern resource management and culinary training programs. Furthermore, revitalizing traditional recipes through local restaurants and festivals may contribute to both community engagement and environmental awareness. The research also provides insights for policymakers and local cooperatives regarding the development of sustainable fishery models that respect ecological balance while preserving intangible food heritage. The methodological approach adopted in this study—qualitative inquiry focused on lived culinary experiences—can serve as a reference for future research on regional food cultures, particularly those shaped by inland aquatic ecosystems.

Originality / Value

This research contributes original value to the field of gastronomy and cultural heritage studies by addressing an underexplored dimension of Lake Beyşehir—its culinary culture. While existing literature primarily investigates biological and environmental characteristics of the lake, this study bridges that gap by contextualizing fish species within the socio-cultural framework of everyday food practices. By documenting and analyzing local fish processing and cooking methods, it not only preserves a disappearing culinary knowledge but also frames it within the global discourse on intangible cultural heritage and cultural sustainability. The findings highlight how traditional gastronomy embodies ecological memory, community identity, and adaptive strategies in response to environmental change. Thus, the study offers both theoretical and practical contributions: theoretically, it advances the understanding of food heritage as an integrated system connecting nature, culture, and identity; practically, it provides a model for how local gastronomy can be leveraged to support sustainable development, cultural continuity, and tourism diversification. In this respect, the research stands as one of the few empirical studies in Türkiye that examines lake fish within a gastronomic and cultural context, offering a pioneering reference for future interdisciplinary scholarship.

1. GİRİŞ

Dünya üzerinde yer alan büyük uygarlıklar ve eski şehirler, önemli ticaret noktaları genellikle kıyıya yakın bölgelerde yer almıştır. Tüm canlıların bileşiminde yer alan su, metabolik olaylar için de gereklidir. Bundan dolayı sulak bölgeler, dünyanın en zengin ve en verimli ekosistemlerini oluşturmaktadır. Bu alanlar yerel halka ve tüm ülkeye çeşitli hizmetler sunan karmaşık doğal sistemlerdir (Akköz, 2021). Türkiye'nin en büyük tatlı su gölü unvanına sahip olan Beyşehir Gölü, Konya ve Isparta illerinin sınırları içerisinde yer almaktadır. İçerisinde 11 adet balık türü yer almasıyla balıkçılık faaliyetleri açısından yüksek bir potansiyele sahiptir (Yeğen vd., 2006; Çınar vd., 2006). Beyşehir Gölü'nün çevresinde yer alan ve göl ile doğrudan ilişki içerisinde bulunan 26 yerleşim biriminin 23'ünde balıkçılık faaliyetleri başlıca geçim kaynağını oluşturmaktadır (Dinç & Öztürk, 2013).

Yöresel yiyeceklerin üretim anlayışı toplumdan topluma değişiklik göstermektedir. Tarih boyunca meydana gelen savaşlar ve göçler, ticari faaliyetler ile turistik etkileşimler gibi pek çok faktör sonucunda mutfak kültürleri birbirinden etkilenerek değişime uğramış ve gelişmiştir (Seçuk & Seçim, 2023). Yöresel yemeklerin gelenekselleşen bir ürün haline gelmesinde bu faktörlere ek olarak bölgenin coğrafi özellikleri, biyolojik çeşitliliği ve kültürel mirası etkili olmuştur. Yöresel yemeklerin bölge ekonomisine katkısından da söz etmek mümkündür. Yemeklerde kullanılan malzemelerin üretiminden tüketimine kadar geçen sürede rol oynayan yerel paydaşlar bu süreçte kazanç sağlayabilmekte, bu durum da bölgenin ekonomik gelişimine ve refah seviyesinde artışa katkıda bulunmaktadır (Kurnaz & İşlek, 2018).

Gastronomiyi ve dolayısıyla da yerel mutfak kültürünü bir bölgenin diğerlerinden farklılaşmasını sağlayan (Horng & Tsai, 2012), destinasyonların tercih edilebilirliğine ve akılda kalıcılığına katkıda bulunan bir araç olarak değerlendirmek mümkündür (Kivela & Crofts, 2006). Kuşkusuz, yemeklere ve diğer gastronomik ürünlere ruhlarını veren, onları çekici ve değerli kılan etkenler; öncelikle yerel halkın kültürü, bölgenin tarihi geçmişi ve doğal güzelliğidir (Ak, 2023).

Bu araştırmanın temel amacı, Beyşehir mutfak kültüründe önemli bir yere sahip olan göl balıklarının gastronomik, kültürel ve beslenme anlamındaki yerini derinlemesine incelemektir. Bu doğrultuda yöredeki mutfak uygulamalarında yer alan başlıca göl balığı türleri belirlenerek balıkların mutfakta hangi geleneksel işleme, pişirme ve muhafaza yöntemleri ile değerlendirildiğinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın bir diğer amacı Beyşehir mutfağına özgü balık yemeklerinde özellikle yerel kimliği temsil eden örneklerin üretim yöntemlerinin belirlenmesi ile bölgenin gastronomik mirasının kayıt altına alınmasıdır. Son olarak yerel halkın beslenme alışkanlıkları içerisinde balık tüketiminin yerinin anlaşılması hedeflenmektedir.

Mevcut çalışmaların (Guler vd., 2008; Özparlak vd., 2012; Gülle vd., 2022; Çağlak & Karşlı, 2014) Beyşehir Gölü balıkçılığının biyolojik ve çevresel yönlerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bu çalışmada Beyşehir Gölü ve balıkları mutfak kültürü bağlamında incelenmektedir.

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Bu bölümde araştırmanın altyapısını oluşturan ana başlıklar ele alınmaktadır. İlk olarak Beyşehir Gölü'nün coğrafi ve ekolojik özellikleri incelenerek çalışma alanının doğal yapısı ortaya konulmuştur. Sonrasında Beyşehir Gölü'ndeki balık türleri ve balıkçılık faaliyetleri değerlendirilerek göldeki biyolojik çeşitliliğe değinilmiştir. Son olarak "Türkiye'de Tatlı Su Ürünleri Mutfakları" başlığı altında, tatlı su balıklarının mutfak kültürü içerisindeki yeri, önemi ve gastronomik kullanım biçimleri ele alınarak yerel gıda mirası ve sürdürülebilirlik bağlamı ile ilişkilendirilmiştir.

2.1. Beyşehir Gölü'nün Coğrafi ve Ekolojik Özellikleri

Eskiden Karalis-Karalitis (Caralis Lacus) olarak isimlendirilen göl, Beyşehir Gölü ismini XIII. yüzyılda göl kıyısında yer alan eski bir şehri merkez yapan Eşrefoğlu Beyliği'nin Kurucusu Süleyman Bey'den almıştır. Şehrin adı ilk olarak Süleymanşehir olarak anılırken zamanla Beyşehir'i'ne dönüşmüştür. (Erdoğan, 1992; Üçüncü & Muşmal, 2014). Gölün, Beyşehir bölgesinin jeolojik yapısını oluşturan kireçtaşlarının, suların çeşitli kimyasal tepkimeleri ile erimesi sonucunda meydana gelen karstik ve tektonik bir tatlı su oluşumu olduğu bilinmektedir. Gölün güneyinde ve batısında Toros Dağları, doğusunda Erenler Dağı, güneydoğu ve kuzeybatı yönünde ise Anamas ve Sultan Dağları bulunmaktadır (Üçüncü & Muşmal, 2014).

Türkiye'nin güneybatısında, göller yöresi olarak adlandırılan bölge içerisinde bulunan Beyşehir Gölü Türkiye'nin en büyük tatlı su gölü olarak bilinmektedir. Beyşehir Gölü, Konya Kapalı Havzası'nın önemli su kaynaklarından birisidir. Gölde; içme suyu, tarımsal sulama, balıkçılık ve turizm gibi pek çok alanda yararlanılmaktadır (Soyaslan & Hepdeniz, 2018).

Beyşehir gölü 650 km² alana sahip olmakla birlikte bu alanın 420 km²'lik kısmı Beyşehir ve Hüyük (Konya), 230 km²'lik kısmı ise Şarkikaraağaç ve Yenışarbademli (Isparta) ilçelerine aittir. Göldeki su ürünleri avcılığı, Konya'daki Beyşehir – Hüyük Su Ürünleri Kooperatifi ile Isparta'daki Gedikli Su Ürünleri Kooperatifi sorumluluğunda yürütülmektedir (Gülle vd., 2022). 1993 yılında milli park statüsü alan Beyşehir Gölü Milli Parkı, Türkiye'de milli parklar içerisinde en geniş alana sahip olması ve flora ve fauna bakımından içerisinde pek çok endemik türü barındırmasından dolayı bir ekoturizm alanı olarak değerlendirilmektedir. Bölgenin temmuz ve ağustos aylarında en sıcak, ocak ayında en soğuk dönemini yaşadığı, yıllık sıcaklık ortalamasının ise 11.2 °C olduğu bildirilmiştir (Dinç & Öztürk, 2013).

2.2. Beyşehir Gölü'ndeki Balık Türleri ve Balıkçılık Faaliyetleri

Beyşehir Gölü ve etrafındaki tatlı su kaynakları, yerel halk için değerli bir gıda kaynağı olan balık açısından zengin bir potansiyele sahiptir. Tarihi süreçte gölde yaşam süren balık türleri hakkında ayrıntılı

bilgiler sınırlı olsa da 18. yüzyılın ikinci yarısına ait Konya Vilayet Salnamesi'nde sazan ve kızılkanat balıklarının Beyşehir Gölü'nden bol miktarda çıkarıldığından ve “gördükçe” (gövce) denilen göle özgü bir balık türünden bahsedilmektedir (Anonim, 2010; Üçüncü & Muşmal, 2014).

Gölün Cumhuriyet Dönemi öncesi balıkçılık ve balık faunası ile alakalı kayıtlarına bakıldığında, zamanın balık hali müdürü Karekin Deveciyan, balıkların bilimsel adlandırmalarını yapmayarak “sazan, bıyıklıbalık, kızılkanat, çapak, gövce, tatlı su kefali, tatlı su kayası, kerevit” canlılarının Beyşehir Gölü'nde yaşadığını bildirmiştir (Gülle vd., 2022).

1978 ve 1980 yıllarında Beyşehir Gölü'ne sudak balığının aşılması ile göl balıkçılığında yeni bir dönem başlamıştır. Isparta Su Ürünleri Bölge Müdürlüğü tarafından 1983-1984 yıllarında yapılan araştırmalara göre göl, 9 balık türüne ev sahipliği yapmaktaydı. Bu balık türleri sazan (*Cyprinus carpio*), tatlı su kefali (*Leuciscus lepidus*), siraz (*Capoeta pestai*), Kızılkanat (*Chondostroma regium*), gövce (*Alburnus akili*), yağ balığı (*Acanthorutilus anatolicus*), kaya balığı (*Gobio gobio*), taş balığı (*Gobitis bilseli*) ve sudak (*Lucioperca lucioperca*)'dır. Otobur balıkların bol miktarda bulunduğu dönemde göl suyu temiz, kokusuz ve berrak olmasıyla bilinmekteydi. Ancak sudak balığı aşılmasından sonra baskın tür haline gelerek sayısı hızla artmış, diğer balık türlerinin de bir kısmının nesli tükenmiş, bir kısmı da sayıca oldukça azalmıştır (Balık, 1997; Yazıcı & Arıbaş, 2002).

Sudak balığı, yöredeki balıkçılığa endüstriyel düzeyde işlerlik edindirmek amacıyla göle aşılanmıştır. Bu doğrultuda balığın gölde sayısının artması sağlanıp avlanmasından sonra çevredeki balık fabrikalarında “fileto” olarak işlenilerek yurt dışına ihraç edilmesi yoluyla güçlü bir gelir kaynağı oluşturmak bu girişimin hareket noktasını oluşturmuştur. Yöre halkının sudak balığının ağzında ya da karnında sürekli diğer balıkların parçalarının bulunmasından ve sudağın tür ayırt etmeksizin tüm balıklarla beslenmesinden dolayı bu balığa “dişli” adını verdiği bilinmektedir (Atay, 2005, s. 87, 89).

Gölde meydana gelen kirlilik ve yabancı balık (*Sander lucioperca*, *Carassius gibelio*) aşılması ya da yasadışı avcılık gibi etkenlerin sonucu olarak bazı balık türleri (gövce ve siraz balığı) ya tamamen yok olmuş ya da sayıları oldukça azalmıştır (İlhan vd., 2014; Bayçelebi vd., 2020).

Beyşehir Gölü'nde yalnızca sazan, sudak ve gümüşü havuz balığı türlerinden ticari olarak yararlanılmaktadır. Bu balıklara ek olarak az miktarda da olsa kadife, akbalık, yağ balığı, kızılkanat ve kerevit türlerinin avcılığı yapılmaktadır. Bu türlerden yağ balığı, kılçıklı bir yapıya sahip olduğu için yerel halk tarafından az miktarda tüketilmektedir (Gülle vd., 2022). Yerel halkın istakoz olarak isimlendirdiği kerevit canlısının sayısı da çeşitli hastalıklar sebebiyle geçmişe kıyasla azalmıştır (Atay, 2005; Timur vd., 2010).

Gülle vd. (2022) 2010-2021 yılları arasında Konya ve Isparta İl Tarım Müdürlükleri kayıtları ve balık kooperatiflerinin satış kayıtlarından elde edilen verilere göre, gölden avlanan sazan miktarında süreklilik arz eden bir azalma eğilimi bulunduğunu; buna karşılık sudak miktarında ise dalgalı ve belirsiz bir artış olduğunu tespit etmişlerdir. Bu durumun türler üzerindeki avcılık baskısı ve çevresel etkenlerden kaynaklandığı belirtilmiştir (Tablo 1).

Tablo 1. Yıllara Göre Sazan ve Sudak Av Miktarları

Yıllar	Sazan Av Miktarı (Kg)	Sudak Av Miktarı (Kg)
2010	15.2000	33.000
2011	131.900	54.067
2012	91.574	73.555
2013	123.740	40.165
2014	98.654	61.741
2015	101.535	132.060
2016	82.350	178.650
2017	27.590	201.770
2018	66.800	228.728
2019	26.750	197.980
2020	25.570	179.935
2021	26.955	186.225

Kaynak: (Gülle vd. (2022))

Türkiye'nin doğal göllerinin, baraj göllerinin ve nehirlerinin durgun akıntıya sahip bölümlerinde büyük bir dağılıma sahip olan sazan balığı ise, yüksek ekonomik değere sahip olmasından dolayı iç su balıkçılığında önemli bir değere sahiptir (Yılmaz vd., 2012).

1867 yılında Beyşehir Gölü'nde bulunan Mada Adası'na iskân edilen ve yaklaşık 40 yıl bu bölgede kalan Rus Kazakları geçimlerini balıkçılıkla sürdürmüşlerdir. Kendi ördükleri ağlarla gölde balıkçılık yapan Kazakların; balıkları tuzlama, kurutma, salamura, fiçılama gibi işlemlerle muhafaza ederek Niğde ve Aksaray gibi yakın vilayetlere pazarladıkları, taze balıkları ise Sillelilere sattıkları bilinmektedir. Günümüz Beyşehir balıkçılığının gelişmesinde büyük etkiye sahip olan ve salamura yöntemini iyi bilen Kazaklar bu yöntemi bölge halkına öğretmişler, 8-10 ton balık taşıma kapasitesine sahip kara kayıkları ile bölge balıkçılarına örnek olmuşlardır. Bölgeden ayrılmaları sonucunda balıkçılığın bir süre kayıp yaşadığından bahsedilmiştir. (Yılmaz, 2006; Muşmal & Benli, 2019).

Balıkçılık, insanlık tarihinden beri var olan bir uğraş olarak, bu faaliyete yönelen toplumların yaşam biçimlerini etkilemiştir. Kültürün tüm yönlerine dokunarak nesilden nesile aktarılan çeşitli teknik bilgi ve beceriler geliştiren balıkçılık, yalnızca tüketim için balık elde etme eylemi değil aynı zamanda yaşamı anlama ve doğal çevreyle uyum içinde yaşama biçimi olarak değerlendirilmektedir (Madariaga & Hoyo, 2019). Balıkçılık; zengin bir miras kaynağı olmasının yanı sıra, ziyaretçiler ve kıyı toplulukları için köklü ve uygulamaya dayalı bir duygusal aidiyet yaratmakta, bireysel ve sosyal kimlikleri şekillendiren bir yaşam tarzını oluşturmaktadır. Bu durum, balıkçılığın ekonomik değerine ek olarak sosyal ve psikolojik değer sağlamaktadır (Martino vd., 2023).

2.3. Türkiye'de ve Dünyada Tatlı Su Ürünleri Mutfakları

İnsanlık su ile derin bir bağ içerisinde olarak geçmişten bu yana çeşitli amaçlarla sudan yararlanmıştır. Su, kültürel ve ekonomik açıdan yaşamın devamlılığı için temel bir unsurdur. Bu doğrultuda balıkçılığın insanlık tarihindeki en eski ekonomik faaliyetlerinden biri olduğundan söz etmek mümkündür. Balıklar insan beslenmesinde önemli bir protein ve vitamin kaynağı olmasıyla öne çıkmaktadır. Geleneksel mutfakta önemli bir kültürel değere sahip olan tatlı su balıkçılığı, yerel halkın beslenmesine yaptığı katkıların yanında kent nüfusunun da su ürünleri ihtiyacını karşılayarak kırsal ekonominin gelişmesine katkı sağlamaktadır (Svanberg & Locker, 2020).

Su ürünleri, sahip olduğu çeşitlilik, dengeli besin bileşenleri ve farklı damak zevklerine hitap edebilme özellikleriyle diğer besin gruplarından ayrılmaktadır. Tarih boyunca pek çok mutfakta vazgeçilmez bir yere sahip olmuş; kimi dönemlerde lüks tüketimin simgesi, kimi dönemlerde ise yoksul kitleler için temel bir besin kaynağı olarak işlev görmüştür. Çoğu kültüre ait yöresel tariflerde su ürünleri yer almaktadır. Bu durum, su ürünlerini gastronominin vazgeçilmez bir unsuru haline getirmektedir (Büyük vd., 2025).

Toplumların mutfak kültürlerinin şekillenmesinde etkili olan başlıca faktörlerden biri bulunduğu coğrafyadır. Günümüzde Türk mutfacı farklı yöresel lezzetlerle çeşitlenmekle birlikte ağırlıklı olarak et, sebze ve hamur işi temelli yemeklerden oluşmaktadır. Su ürünlerine dayalı lezzetler ise denize ya da göl ve akarsu gibi iç sulara yakın bölgelerde daha çok tüketilmektedir (Şengör & Ceylan, 2018).

Türk mutfak kültüründe tatlı su balıklarının tüketimi, Türklerin Orta Asya'da yaşadığı zamana dayanmaktadır. Orta Asya'da Aral Gölü çevresinde yaşayan Türk topluluklarının tatlı su balıklarını tanıdığı ve tükettiği bilinmektedir. Tatlı su balıklarına verilen "yayın, sazan, turna, alabalık, yılan balığı" gibi isimlerin Türkçe kökenli olması, bu balıkların Türklerin beslenme alışkanlıklarındaki köklü geçmişini kanıtlamaktadır (Kahraman & Sönmezdağ, 2017). Osmanlı saray mutfacı kayıtlarında da tatlı su balıklarına rastlanmaktadır. Özellikle Fatih Sultan Mehmed döneminde saraya sazan, yılan balığı gibi tatlı su balıklarının alındığı görülmektedir (Yerasimos, 2002; Kahraman & Sönmezdağ, 2017).

Ulusal literatürde bölgesel mutfaklarda öne çıkan bazı özel tatlı su balığı yemekleri şunlardır:

Van Gölü'ne özgü endemik bir tür olan İnci Kefali, bölge gastronomisinin "imzası" niteliğindedir. İnci kefalinden yapılan ve yörede tuzlu balık olarak bilinen bu yemeğin üretimi, uygun kaplar içerisinde balığın

tuzla salamura edilmesi ve sonrasında una bulanarak kızartılması esasına dayanmaktadır (Bozkoyun & Baytar, 2020). Bölge halkının “bostaniye” olarak isimlendirdiği bir tür balık köftesi, otlu peynir ile yapılan inci kefalî dolması, tandırda balık, balık sarması, balık tava ve balık kızartması bölgede sevilerek tüketilen diğer yiyeceklerdir (Şengör & Ceylan, 2018; Ün & Okat, 2023).

Konya’nın sille bölgesinde sazan, göğçe, kızılkanat gibi tatlı su balıklarını tuzla muhafaza etmede kullandıkları özgün yöntem “kurma” adını vermişlerdir. Ayrıca bölgede “kavinna” adı verilen salamura balık türü de tüketilmektedir (Bulut-Solak, 2016, s. 7).

Beyşehir bölgesi balık yemekleri yönünden zenginliğe sahiptir. Beyşehir Gölü’nden avlanan sudak ve sazan, pek çok yemeğin ana malzemesidir. Bölgede yapılan ekşili balık yahnisine “meyre” adı verilmektedir. Buna ek olarak balık dolması, kızartması, balık kapama, kuru balık ve külde balık bölgede tüketilen lezzetlerdir (Baldane, 2021, s. 765). Kocaeli’nin Kartepe ilçesinde sazan balığından yapılan “papaz yahnisi” de, geleneksel balık yemeklerine örnektir (Alyakut & Küçükkömürler, 2017).

Göller yöresinde, Eğirdir Gölü’nde dişli, siraz ve sazan balıkları yakalanmaktadır. Bölgede balıklar genelde yağda kızartma yöntemi ile tüketilmektedir. Balık dolması ve yahni, yöreye özgü yemeklerdir. “Çapak” adı verilen sazan balığından yapılan dolma, balığın havyarının iç pilavla karıştırıldıktan sonra balığa doldurulup fırınlanmasıyla hazırlanan özgün bir lezzettir (Şengör & Ceylan, 2018; Ertaş & Gezmen-Karadağ, 2013).

Dünyada tatlı su balıkları tüketimine bakıldığında, küçük yerli balık türlerinin kılçıkları ile birlikte tüketilmesi, yerel topluluklar için temel bir kalsiyum kaynağı işlevi görmektedir (Youn vd., 2014). Ancak, tatlı su balıklarının sadece besin değeriyle değil, aynı zamanda uygulanan geleneksel işleme teknikleri ve gastronomik ritüellerle de toplumların kültürel hafızasında yer ettiği görülmektedir. Dünyanın farklı coğrafyalarında tatlı su balıkları, iklim koşulları ve teknolojik imkanlar doğrultusunda geliştirilen özgün yöntemlerle işlenmektedir. Bu yöntemlerin başında kurutma, tütsüleme ve fermentasyon gelmektedir. İskandinav ülkelerinde, tatlı su balıklarının fermente edilerek saklanması köklü bir gelenektir. Norveç’te alabalık gibi tatlı su balıklarından yapılan “rakfisk”, balığın tuzlanarak düşük sıcaklıklarda 3-12 ay fermente edilmesiyle üretilen, kendine has kokuya ve tada sahip bir üründür. Benzer şekilde İsveç mutfağında ringa balığından yapılan “surströmming”, teneke kaplarda balığın fermente edilmesi ile hazırlanmaktadır (Skara vd., 2015).

Asya coğrafyasında da tatlı su balıklarının işlenmesi çeşitlilik göstermektedir. Balıkların Himalaya bölgesindeki Keşmir Vadisi’nde “fari” adı verilen tütsüleme yöntemi ile veya “hugaad” olarak bilinen güneşte kurutma yöntemi ile muhafaza edildiği bilinmektedir. Aynı zamanda bu bölgede balık, geleneksel tıpta şifa kaynağı olarak görülmektedir (Hassan vd., 2022).

Endonezya mutfağında ise fermentasyon ve tütsüleme yöntemlerinin birleşimi ile hazırlanan “kadoru” balığı dikkat çekicidir. Bu yöntemde balık, tuzlanıp tütsüledikten sonra bambu kamışlar içerisinde fermente edilmektedir. Yine Endonezya’nın Kuzey Sumatra bölgesinde “naniura” isimli yöresel balık yemeği, çiğ sazan balığının asidik bir meyvenin suyu ve çeşitli baharatlarla marine edilmesi ile ısıtılarak hazırlanmaktadır (Ningsih vd., 2025).

Avrupa’da ise bazı tatlı su balıkları etrafında şekillenen festivaller, bu ürünlerin sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır. İsveç’te kendine has, salatalık benzeri kokusuyla bilinen “smelt”, yumurtlama döneminde nehirlerde bolca avlanan, genelde kızartılarak tüketilen ve adına festivaller düzenlenen kültürel bir simgedir (Svanberg & Stahlberg, 2024). Ancak, modernleşme, şehirleşme ve gıda sistemlerindeki değişimler, dünyada tatlı su balıkçılığını ve buna bağlı mutfak kültürlerini dönüştürmektedir. Geleneksel avcılık yerini giderek yetiştiriciliğe bırakırken, balık çeşitliliğinin azalması ve tüketim alışkanlıklarının değişmesi, bazı yerel türlerin ve geleneksel tariflerin unutulma riskiyle karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır (Tezzo vd., 2021).

2.4. Yerel Gıda Mirası ve Kültürel Sürdürülebilirlik

Yemek, fizyolojik ve beslenmeye ilişkin işlevlerinin yanı sıra, sosyal ve sembolik boyutları olan bir olgu olarak ele alınmakta; bu yönüyle kültürel değerler, ritüeller ve çeşitli toplumsal anlamlar ile ilişki içinde değerlendirilerek kimlik inşasında merkezi bir rol üstlenmektedir. Bu anlamda belirli bir bölgeye özgü mutfak uygulamaları, o bölgenin karakterini ortaya koyarak kolektif kimliğin temelini oluşturmaktadır (Bessiere, 1998). Beyşehir örneğinde olduğu gibi yerel halkın beslenme alışkanlıklarında balık tüketiminin, yalnızca fizyolojik gereksinim değil, bölge halkının göl ile kurduğu tarihsel ve kültürel bağın tarihsel yansıması olduğundan söz etmek mümkündür.

2010 yılında UNESCO, yemeği somut olmayan kültürel miras kapsamında değerlendirmeye alarak, kültürel mirası geçmişten devralınan, günümüzde yaşatılan ve gelecek kuşaklara aktarılması amaçlanan; bir toplumun maddi ve manevi özelliklerini yansıtan değerler bütünü olarak tanımlamıştır (Almansouri vd., 2021). Gıda mirası; sözlü gelenekler ve ritüellerle sınırlı olmayan, tarım, ormancılık ve balıkçılık gibi doğa temelli üretim bilgilerini, gıdanın işlenmesi, hazırlanması ve tüketimine ilişkin uygulamalarla birlikte ele alan çok boyutlu bir kültürel yapı olarak tanımlanmaktadır (Csargo, 2018, s. 453). Dolayısıyla göl balıklarının avlanmasından işlenmesine, pişirilmesinden sofraya sunulmasına kadar geçen süreçteki tüm geleneksel yöntemler bölgenin somut olmayan kültürel mirasının önemli bir parçasını oluşturmaktadır.

Kültürel mirasın sürdürülebilirliği, günümüz ihtiyaçları karşılanırken gelecek kuşakların kültürel kimliklerini, bilgi birikimlerini ve uygulamalarını koruyup geliştirebilme kapasitesinin güvence altına alınmasını esas almaktadır. Kültürel sürdürülebilirlik, toplulukların refahına katkı sağlayan kültürel uygulamaların korunması ve kuşaklar arası aktarımı yoluyla toplumsal dayanıklılığın güçlendirilmesini, aynı zamanda sosyal uyum ve ekonomik kalkınmanın desteklenmesini hedeflemektedir. Bu bağlamda yerel gıda mirasının korunması, yalnızca geleneksel tariflerin yaşatılmasıyla sınırlı olmayıp, tarımsal üretim biçimleri ve bilgi aktarımı gibi bu mirası besleyen kültürel ekosistemin sürekliliğini de içermektedir (Chukwurah vd., 2025; Soini & Birkeland, 2014). Geleneksel gıda bilgisinin ve becerilerinin nesilden nesile aktarımı, kültürel sürdürülebilirliğin temelini oluşturmaktadır. (Almansouri vd., 2021). Ancak modernleşme, gıda endüstrisinin gelişmesi ve değişen yaşam tarzları, geleneksel mutfak bilgisinin kaybolmasına yol açabilmektedir (Bessiere, 1998, s. 25). Bu bağlamda yerel gıda mirasının kendiliğinden oluşan bir yapıda olmamasından dolayı, süreç içerisinde kayıt altına alınarak “miraslaştırılması” önem taşımaktadır (Klingler vd., 2023).

3. YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı, Beyşehir mutfak kültüründe önemli bir yere sahip olan göl balıklarının gastronomik, kültürel ve beslenme bağlamındaki yerini ortaya koyarak; yörede kullanılan başlıca göl balığı türlerini ve bu balıkların geleneksel işleme, pişirme ve muhafaza yöntemlerini belirlemektir. Araştırmanın amacı doğrultusunda nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşmeler ile veri toplanmıştır. Araştırmanın evrenini, Beyşehir’de ikamet eden ve göl balıklarının temini, işlenmesi, pişirilmesi ve tüketilmesi süreçlerinde bilgi ve deneyim sahibi olan kişiler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise bu evren içerisinde amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilen ve göl balıkları konusunda bilgi ve deneyime sahip 13 katılımcı oluşturmaktadır. Amaçlı örnekleme, sınırlı kaynakların verimli bir şekilde kullanılabilmesi amacıyla bilgi yönünden zengin vakaların seçilmesinde nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılan bir yöntemdir (Yağar & Dökme, 2018, s. 4). Görüşmeler 8.12.2025- 24.12.2025 tarihleri arasında yüz yüze olarak gerçekleştirilmiş olup yanıtlarda tutarlılığın sağlanması amacıyla görüşme formundaki sorulara sadık kalınmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen veriler, ortaya çıkan kavramların ve ilişkilerin belirlenmesi ve okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenlenmesi (Yıldırım & Şimşek, 2018, s. 243) amacıyla içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler sırasında katılımcılara yöneltilen sorular daha önce gerçekleştirilen benzer bir çalışmaya başvurularak hazırlanmıştır (Agyei-Mensah vd., 2023). Araştırma soruları şu şekildedir:

1. Beyşehir Gölü’nden avlanan ve mutfakta en sık kullanılan balık türleri hangileridir?

2. Balıkların temini ve mevsimselliği, sizin hatırladığınız kadarıyla geçmişten bugüne nasıl bir değişim gösterdi?
3. Geçmişte Beyşehir mutfağında yeri olup da bugün artık mutfakta kullanılmayan, azalan ya da kaybolan balık türleri var mı? Bu durumun nedenleri nelerdir?
4. Balıkların pişirmeye hazırlanma süreci nasıldır? Balıkların hangi parçaları tüketime uygundur?
5. Balıkların uzun süre saklanması için uygulanan geleneksel yöntemler nelerdir?
6. Beyşehir’de göl balıklarından hangi yemekler hazırlanır? Bu yemeklerin yöresel adları var mı?
7. Beyşehir’e özgü gördüğünüz en önemli ve sık yapılan 1-2 balık yemeğinin malzemelerini ve üretimini anlatır mısınız?
8. Bu yemeklerin tüketildiği özel günler, ziyafetler ya da belirli mevsimler var mıdır?
9. Günümüzde bu yemeklerin tüketimini geçmişe kıyasla nasıl değerlendirirsiniz?
10. Beyşehir balık mutfağının geleneksel yapısını korumak ve kültürel miras olarak tanıtmak için neler yapılabilir?

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde bulgular, alt başlıklar halinde sunulmuştur. Verilerin sistematik bir biçimde sunulabilmesi ve katılımcı bilgilerinin gizliliğinin sağlanabilmesi adına her bir katılımcı K1-K13 aralığında kodlanmıştır.

Araştırmaya dahil edilen 13 katılımcının 10’u erkek, 3’ü kadındır. Katılımcıların yaşları 35 ve 72 arasında değişmektedir. Eğitim durumlarına bakıldığında 2’sinin yüksek lisans, 1’inin lisans, 5’inin lise, 3’ünün ilkökul, 2’sinin okur-yazar olduğu görülmektedir. Katılımcıların meslek dağılımları değerlendirildiğinde; 3’ünün restoran işletmecisi, 2’sinin balıkçı, 3’ünün ev hanımı, 1’inin akademisyen 1’inin aşçı, 1’inin ziraat mühendisi, 1’inin esnaf, 1’inin özel sektörde yönetici olduğu tespit edilmiştir (Tablo 1.).

Tablo 2. Demografik Bulgular

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Meslek
K1	Erkek	38	Lise	Restoran işletmecisi
K2	Erkek	72	İlkökul	Balıkçı
K3	Erkek	70	Okur-yazar	Balıkçı
K4	Erkek	52	Lisans	Ziraat mühendisi
K5	Erkek	48	Lise	Aşçı
K6	Erkek	45	Lise	Restoran işletmecisi
K7	Kadın	70	Okur-yazar	Ev hanımı
K8	Erkek	55	İlkökul	Restoran işletmecisi
K9	Erkek	54	İlkökul	Esnaf
K10	Kadın	40	Lise	Ev hanımı
K11	Erkek	50	Yüksek lisans	Özel sektör, yönetici
K12	Erkek	35	Yüksek lisans	Akademisyen
K13	Kadın	46	Lise	Ev hanımı

4.1. Beyşehir Mutfağında Balık Türlerinin Kullanımı ve Zaman içindeki Değişimi

Katılımcılara yöneltilen “Beyşehir Gölü’nden avlanan ve mutfakta en sık kullanılan balık türleri hangileridir?” sorusuna katılımcıların tamamı sazan balığı yanıtını vermişlerdir (Tablo 2.). Buna ek olarak sudak (%85), kadife (%46) ve akbalık (%15) katılımcılar tarafından Beyşehir mutfağında öne çıkarılan diğer balık türleri olduğu tespit edilmiştir. Görüşmeler sonucunda katılımcılar sudak balığını; “dişli, levrek, tatlı su levreği, senatör” gibi farklı isimlerle tanımladıkları görülmüştür. Bu doğrultuda K8 ve K3 1 kg’dan büyük sudak balığının “senatör” olarak adlandırıldığını belirtmişlerdir.

Sudak balığı Beyşehir ve çevresinde levrek veya dişli olarak bilinmekle birlikte 1 kg ve üzerinde olanlar “senatör” olarak adlandırılmakta ve bölgede amatör olta balıkçıları tarafından da avlanmaktadır (Karaman vd., 2022, s. 27). Beyşehir Gölü ekosistemine sonradan dahil edilen ve yabancı bir tür olan sudak balığı, günümüzde ticari olarak avcılığı yapılan önemli bir tür haline gelmiştir (Gülle vd., 2022, s. 447).

Tablo 3. Beyşehir Gölü'nden Avlanan ve Mutfakta Sık Tercih Edilen Balık Türleri

Sıra	Balık Adı	Frekans	Oran
1	Sazan	13	%100
2	Sudak	11	%85
3	Kadife	6	%46
4	Akbalık	2	%15

Not: Frekanslar, aynı katılımcının birden fazla balık türünü belirtmesine olanak tanınarak hesaplanmıştır (n=13).

“Balıkların temini ve mevsimselliği, sizin hatırladığınız kadarıyla geçmişten bugüne nasıl bir değişim gösterdi?” sorusuna katılımcılar ağırlıklı olarak Beyşehir Gölü’nde eskiden balıkların daha bol bulunduğunu, geçmişe kıyasla günümüzde sayılarının azaldığını belirtmektedirler (K2, K3, K5, K6, K7, K12, K13). Bu doğrultuda bazı katılımcı yanıtları şu şekildedir: **K2** göldeki balık miktarındaki azalmayı geçmiş uygulamalarla ilişkilendirerek şu ifadeyi kullanmıştır: “1980-2000 yılları arasında gölde balık bolluğu vardı, git gide azaldı. Eskiden gölden çok balık avlandı, çoğu kişinin de geçim kaynağıydı. Bilinçsiz avlanma ile balıkların sayısı azaldı. 15 Mart - 15 Haziran balık yasağı dönemidir. Balığın karnında yumurta varken avlanmaması gerekiyordu.”. Benzer şekilde **K5**: “Eskiden balık çoktu, şu an daha az avlanıyor. 20 yıl önce bir kişi 300-400 kg balık yakalayabilirken şimdi aynı boyda ağ atmasına rağmen 15-20 kg balık yakalıyor.”. Diğer bir katılımcının tür çeşitliliğindeki azalmaya yönelik görüşü ise şu şekildedir: **K7**: “Eskiden gövce, yağ balığı, siraz gibi balıklar gölde bol miktarda bulunurdu, bu balıklar artık yok. Eskiden göldeki balıklarda bolluk vardı.”. **K12**: “Gölde avlanma genellikle ağ ile yapılmakta, geçmişte balığa erişim daha kolayken günümüzde avcı ve balık sayısının azalmasından dolayı daha zorlaştı.”. Katılımcıların ifadeleri değerlendirildiğinde Beyşehir Gölü’nde balık miktarının zamanla nicelik ve tür çeşitliliği açısından azaldığından söz etmek mümkündür. [Gülle vd. \(2022\)](#) Beyşehir Gölü’nde avlanan sazan miktarındaki azalışın avcılık baskısı ve su seviyesindeki değişiklikler gibi çeşitli çevresel faktörlerden kaynaklandığını belirtmişlerdir.

Göldeki balık varlığının yalnızca miktarla değil ekosistemin yapısı ve erişilebilirlikle değerlendirilmesi gerektiğini düşünen **K4**’ün yorumu ise şu şekildedir: “Göldeki ekosistem, yaşam döngüsü gölün iklim koşullarına göre şekilleniyor. Örneğin gölde otlama arttığı zaman balıklar otun altında kendini saklayabiliyor, herhangi bir avlanma malzemesine takılmıyor. Böyle olduğu zaman da gölde her zaman ayrı türlerin, farklı zamanlarda çoğalması mümkün oluyor. Gölde balık var ama bu balıklara erişim sıkıntısı da var. Bazıları elektrikle avlanma gibi yöntemler deniyor, bunun cezai yaptırımı var engellenmesi gerekiyor.”. Katılımcı su bitkilerinin yoğunlaştığı dönemlerde balıkların doğal bir saklanma alanı bulduğunu, bu durumun da avlanmayı zorlaştırdığını belirtmektedir.

Katılımcının elektrikle avlanma yönteminden bahsetmesi ise balığa erişimin zorlaştığı dönemlerde yasadışı ve çevreye zarar veren avlanma uygulamalarının ortaya çıkabildiğini göstermektedir. Elektrikle balık avlama yöntemi, balıkları felç etmek ve kısa sürede çok sayıda hayvan yakalamak için yaygın olarak kullanılan yasadışı bir avlanma yöntemidir. Kaçak avcılar, suya batırılmış elektrik kabloları ve akü kullanarak ev yapımı elektrikli cihazlar üretmektedirler. Bu cihazların ortaya çıkardığı elektrik alanları kontrolsüz bir etkiye sahip olarak ticari değeri olmayan türlere kadar çeşitli boy ve yaştaki tüm balıkları etkileyebilmektedir ([Mazzariol vd., 2021](#)).

Bazı katılımcılar, gölde geçmişe kıyasla balık miktarının azaldığını belirtmelerine rağmen balık temininde ciddi bir sorun yaşamadıklarını ifade etmişlerdir. **K1** bu durumu şu şekilde açıklamaktadır: “Gölde eskisi gibi balık kesinlikle yok ama balık temininde de sıkıntı yaşamıyoruz. Ayrıca bölgeye şehir dışından da balıklar geliyor. Ama damak tadı iyi olan bir kişi Beyşehir Sazanı ile şehir dışından gelen sazanı ayırt edebilir.”. Benzer şekilde diğer bir katılımcı avlanma yasağı ve iklim şartlarının balık temini üzerindeki etkisine vurgu yapmaktadır: **K8**: “Mart15-Haziran 15 yasak dönemidir bu dönemlerde gölden balık yakalanmıyor, aşırı soğuklarda gölün donduğu durumlar olabiliyor. Bu gibi durumlarda çevre illerden gelen baraj balıklarını kullanıyoruz. Ama baraj balıkları Beyşehir sazanının yerini lezzet olarak tutmuyor. Sazan balıklarında yoğun görülen çamur ve yosun kokusu Beyşehir Sazanında görülmez.”.

Restoran işletmecisi olan katılımcıların ifadeleri birlikte değerlendirildiğinde, av yasağı dönemlerinde ya da gölün donması gibi olağanüstü iklim şartlarında işletmelerde farklı bölgelerden temin edilen sazan balıklarının kullanıldığı, ancak Beyşehir sazanının lezzet, koku gibi duysal özellikler yönünden daha üstün bulunduğu anlaşılmaktadır. Bu bulgular Beyşehir sazanının yalnızca bir hammadde olmanın ötesinde yerel gastronomik kimliğin ayırt edici bir unsuru olarak değerlendirildiğini göstermektedir.

“Geçmişte Beyşehir mutfağında yeri olup da bugün artık mutfakta kullanılmayan, azalan ya da kaybolan balık türleri var mı? Bu durumun nedenleri nelerdir?” sorusuna katılımcıların büyük çoğunluğunun gövce balığını (%92) öne çıkardığı görülmektedir. Bunu siraz (%61,6) ve yağ balığı (%31) izlemektedir. Daha sınırlı sayıda katılımcı ise akbalık (%23) ve kızılkanat (%23) balıklarının kullanımının azaldığını belirtmiştir (Tablo 3.)

Tablo 4. Beyşehir Mutfağında Kullanımı Azalan veya Kaybolan Balık Türleri

Sıra	Balık Adı	Frekans	Oran
1	Gövce	12	%92
2	Siraz	8	%61,5
3	Yağ balığı	4	%31
4	Akbalık	3	%23
5	Kızılkanat	3	%23

Not: Frekanslar, aynı katılımcının birden fazla balık türünü belirtmesine olanak tanınarak hesaplanmıştır (n=13).

K2: “Eskiden gövce balığı vardı, 20 cm boylarında olurdu lezzetli bir balıktı. Göle ihracat balığı olması amacıyla bırakılan dişli balığı gövceyi bitirdi. Siraz ve akbalık da günümüzde azaldı, çok nadir görülüyor.”. **K4:** “Benim yıllardır gördüğüm kadarıyla belli dönemlerde iklim şartlarına ve gölün durumuna göre balık türlerinin bir kısmı artıyor bir kısmı azalıyor. Ama geçmişten bu zamana kadar kaybolup da tekrar görülmeyen tek balık gövce, tamamen tükendi şu an gövce yok.”. **K5:** “Gövce ve siraz... Bilinçsiz avlanmadan kaynaklı olabilir ama en büyük etkenlerden birisi göle bırakılan tatlı su levreği oldu. Bu balık etçil olduğu için diğer balıklara zarar verdi.”. **K6:** “Gövce balığı tamamen tükendi, siraz ve akbalık ise çok nadir çıkıyor.”. **K8:** “Gövce, siraz, kızılkanat... Gövce balığı zamanında Beyşehir Gölü’nün simgesi olan bir balıktı, ekonomik olarak herkesin alıp tüketebileceği bir balıktı. Göle sonradan bırakılan dişli balığı tüm gövceleri tüketti. Siraz ve Kızılkanat da şu an nadiren de olsa gölde tekrar görülmeye başladı.”. **K11:** “Gövce, siraz, yağ balığı... Kuraklık, su azlığı ve özellikle levrek, çin sazanı, gümüş balığı gibi yeni türlerin bu balıkları yok etmesi...”. **K12:** “Siraz, kızılkanat, yağ balığı, Akbalık türleri azaldı. Azalma sebebi hem yanlış avlanma hem de bu tür balıkların otçul olması ve göle etçil balık olan göl levreğinin bırakılması.”. Katılımcı ifadeleri değerlendirildiğinde, Beyşehir mutfağında kullanımı azalan ya da kaybolan balık türleri arasında özellikle gövce balığının öne çıktığı görülmektedir. Birçok katılımcı gövce balığının günümüzde artık gölde bulunmadığını belirtmiştir. Siraz, akbalık, yağ balığı ve kızılkanat ise tamamen kaybolmamış olmakla birlikte, nadir görülen ve bundan dolayı da mutfakta kullanımı belirgin biçimde azalan türler olarak ifade edilmiştir.

1978-1980 yıllarında Beyşehir Gölü’ne aşılana sudak balığı, 1980’lerin sonunda baskın tür haline gelerek yerli balık türleri üzerinde yıkıcı bir etki meydana getirmiş, besin olarak tükettiği diğer türlerin sayısı hızla azalmıştır (Balık, 1997, s. 72). 2000 ve 2008 yıllarında Beyşehir Gölü ve bağlantılı kanallarda yapılan araştırmalarda tek bir gövce balığına bile rastlanmamıştır (Küçük, 2012, s. 346). Bölge ile özdeşleşmiş endemik göl balıkları, yerli olmayan istilacı balıklara karşı savunmasızdır. Bu durum gövcenin neslinin tükenmesine sebep olmuştur (Freyhof vd., 2014).

4.2. Balıkların İşlenmesi ve Tüketime Hazırlanması

Katılımcılara yöneltilen “Balıkların pişirmeye hazırlanma süreci nasıldır? Balıkların hangi parçaları tüketime uygundur?” sorusunda katılımcı ifadeleri değerlendirildiğinde balıkların Beyşehir mutfağında büyük oranda bütüncül biçimde değerlendirildiğinden söz etmek mümkündür. İç organlar çıkartıldıktan sonra kafa, deri, havyar gibi parçaların tüketime uygun görüldüğü belirtilmiştir (K1, K4, K8, K10, K11, K12, K13). Buna karşılık katılımcıların büyük bir bölümü siraz balığının havyarının zehirli olması nedeniyle tüketilmediğini

belirtmiştir (K2, K3, K5, K7, K8, K9, K11). Katılımcı ifadeleri şu şekildedir: **K1:** “Balıkların tüm parçaları tüketilir, kafası, kuyruğu, havyarı...”. **K2:** “Sazanın kafası tüketilir, diğer balıkların kafasını tüketmeyi çok tercih etmiyoruz. Siraz balığının da havyarı zehirli olduğu için tüketilmemesi gerekir.”. **K3:** “Siraz dışında diğer balıkların tüm parçaları tüketilebilir. Sirazın havyarı ve kafası zehirli olduğu için yenmez.”. **K4:** “Sazanın ve tatlı su levreğinin pulları hariç derisi, havyarları ve kafaları tüketilir. Bazı balık işleme tesisleri temizledikleri balıkların havyarlarını biriktirip satışını yapabiliyorlar.”. **K5:** “Balıkların iç organları çıkartıldıktan sonra her yeri tüketilebilir yalnızca sirazın havyarı tüketilmez, zehirler.”. **K6:** “Tüm parçaları tüketilir.”. **K7:** “Kadifenin kafası pek yenmez, sirazın havyarı zehirlidir. Balıkların genel olarak iç organları ve yüzgeçleri çıkarıldıktan sonra tüm parçaları tüketime uygundur.”. **K8:** “Sazanın havyarı ve kafası tüketilebilir. Sirazın havyarı kesinlikle yenmez, zehirlidir.”. **K9:** “Genel olarak balıkların tüm parçaları tüketim için uygundur fakat siraz balığının havyarı tüketilmez, zehirli olduğu bilinir.”. **K10:** “Sarı balığın kılçığı ve yüzgeçleri haricinde her parçası tüketilir. Havyarı ve kafasındaki etler tüketime uygundur.”. **K11:** “Sazan, levrek gibi bazı türlerin tüm bölümleri yenebilir. Sirazın ise havyarı zehirli olduğundan dolayı yenmez.”. **K12:** “Pişirmeye hazırlama süreci genellikle kuyruk, yüzgeç, deri ve kafa kısmı ayıklanarak yapılır. Sazanın kafası genellikle yahni yapımında kullanılır.”. **K13:** “Balığın iç organları hariç her parçası tüketim için uygundur.”.

Katılımcı yanıtları genel olarak değerlendirildiğinde, K4’ün bazı balık işleme tesislerinde havyarların toplanarak satışa sunulduğunu belirtmesi, geleneksel kullanım pratiklerinin yanında bazı balık yan ürünlerinin ticarileşerek gıda ekonomisinin bir parçası haline geldiğini göstermektedir. Katılımcıların siraz balığının havyarının zehirli olduğu yönündeki görüşü kuşaktan kuşağa aktarım temelli bir bilgi olarak yayıldığı düşünülmektedir. Nitekim akademik literatürde siraz balığı havyarının zehirleyici etkisine ilişkin bilimsel bir bulguya rastlanmamıştır.

Anıl vd. (1989) akbalık, sudak, sazan, gövce ve siraz balıklarında; baş, pul, deri, iç organ, kılçık gibi tüketilemeyen bölümler çıkartıldıktan sonra en düşük oranda sudak balığının (%29,54) fire verdiğini tespit etmişlerdir. Çalışmada sazanın fire oranının yüksek (%43,62) olduğu belirlenmiş, balıkların genel beğeni düzeyine bakıldığında sudak (9,31) ve sazanın (8,17) lezzetli balıklar sınıfında yer aldığı belirtilmiştir.

4.3. Geleneksel Muhafaza Yöntemleri

Katılımcılara yöneltilen “Balıkların uzun süre saklanması için uygulanan geleneksel yöntemler nelerdir?” sorusuna verilen yanıtlarda, balıkların uzun süre saklanmasında geçmişte en yaygın uygulanan geleneksel yöntemlerin kurutma ve salamura olduğu görülmektedir. Kurutma yöntemi katılımcıların çoğunluğu (K2, K3, K4, K5, K7, K9, K10, K11, K12, K13) tarafından vurgulanırken, salamura yöntemi daha sınırlı sayıda katılımcı (K3, K7, K8) tarafından dile getirilmiştir. Kurutma yöntemine bazı katılımcı ifadelerinde şu şekilde değinilmiştir: **K2:** “Eskiden gövceyi ve sazanı ipe dizip tuzlayarak güneşte kuruturduk. Kışın tavada kızartarak ya da sobanın üzerinde ısıtarak yedik. Kuru balıklar ipten alınarak sobanın üzerine koyulup ısıtılırdı, balık ısındıktan sonra ikiye bölündüğünde kılçığı kolayca çıkardı.”. **K3:** “Güneşte kurutulurdu, ‘darık yapma’ denirdi buna.”. **K4:** “Önceden tuzlanıp kurutularak saklanıyordu, en çok da gövce balığı için yapılırdı bu işlem. Bu da gövcenin eskiden bol bulunmasıyla ilişkili olabilir aslında. Balık kurutma dediğiniz zaman bu yörede gövce balığı ile özdeşleşmiştir. Çünkü eskiden stok yapılacak kadar bol yakalanıyormuş, insanların da bol miktarda balığı sınırlı imkanlarla bir şekilde değerlendirmesi lazım.”. **K5:** “Gövce ve kızılkanat tuzlandıktan sonra kurutulurdu. Kuru balıklar közün üzerinde pişirildikten sonra yenirdi.”. **K7:** “Kurutmada gövce, sazan gibi balıklar temizlenip yıkanır, tuzlanır. İpe dizilerek ya da kiremit üzerine serilerek güneşte kurutulur. Balıkların kuruması 1 hafta, on günü bulabilir. Bu şekilde kuruyan balıklar çok uzun süre bozulmadan dayanır. Eskiden herhangi bir amaçla ateş yaktığımız zaman oluşan kor üzerinde kurutulan balıkları pişirip yedik.”. **K9:** “Benim çocukluğumda kurutma çok fazla yapılırdı, siraz, kızılkanat ve gövce gibi balıklar kurutmaya daha uygundur. Bu balıklar artık az görüldüğünden kurutma yöntemini uygulayan da pek kalmadı.”. **K10:** “Eskiden anneannem balıkları tuzlayıp ipe dizerek kuruturdu. Balığın bol olduğu dönemlerde uzun süre saklamak için bu yöntemden yararlanmışlar. Kuru balıklar ateşin közünde pişirilip yumuşaması için ılık su içerisine alınırmış. Göl kenarında bulunan köylerde bu yöntemin

eskilerden kullanıldığını biliyorum. Artık buzdolabı her evde var, balıklar dondurularak muhafaza edilebiliyor.”.

Katılımcı ifadelerinde, geçmişte gövce başta olmak üzere bol bulunan sazan, siraz ve kızılkanat gibi balıkların tuzlandıktan sonra ipe dizilerek ya da kiremit üzerine serilerek güneşte kurutulduğu; kurutulan balıkların genellikle köz üzerinde, tavada ya da sobada ısıtılarak tüketildiği anlaşılmaktadır. En eski balık işleme yöntemlerinden biri olarak bilinen kurutma yöntemi, fazla miktardaki taze balığın uzun süre muhafaza edilmesinde kullanılan geleneksel bir yöntemdir. Kurutma yönteminde tuzlamanın koruyucu etkisi, balıktaki su içeriğinin azaltılması ve mikrobiyal büyümeyi önleyecek seviyeye düşürülmesiyle gerçekleşmektedir. Bu işlem sonucunda su aktivitesi düşük ve genellikle tuz yoğunluğu yüksek bir ürün elde edilmektedir (Vidaček & Janči, 2016). Katılımcıların genelinin ifadelerinde geçmişe vurgu yapması, özellikle K9 ve K10’un ifadeleri balık türlerindeki azalma ve modern muhafaza imkanlarının yaygınlaşmasının, kurutma geleneğinin günümüzde giderek terk edilmesine yol açtığını göstermektedir. Bu durum, geleneksel balık işleme bilgisinin uygulamadan kalktığını ve yerel mutfak mirasının sürdürülebilirliği açısından risk taşıdığını düşündürmektedir.

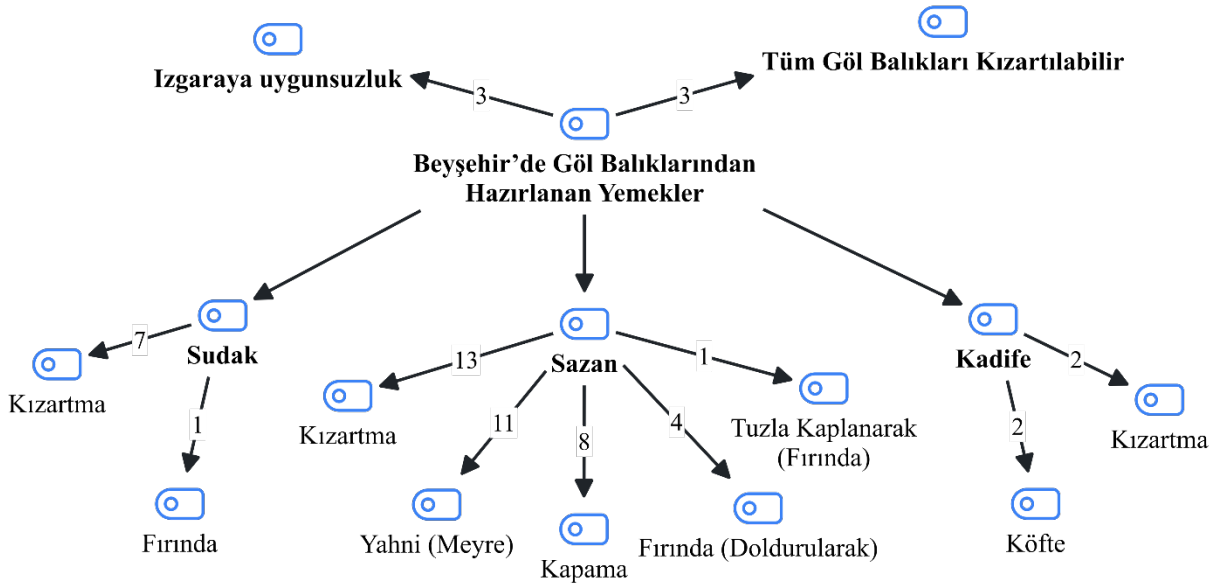
Balıkların muhafazasında salamura yöntemine değinen katılımcıların yanıtları ise şu şekildedir: **K3:** “Küp ya da teneke içerisine balıklar bolca tuzlanarak kat kat serilirdi, 1 hafta sonra küpün içerisinde biriken su dökülüp yeniden tuzlanarak balıklar dizilirdi. Bu şekilde balık 3-4 ay bozulmadan kalırdı.” **K7:** “Tuzda saklama: Balıklar temizlendikten sonra bir çömlek içerisine kat kat sırayla serilir. Katların arasına bol miktarda tuz atılır, kapağı kapatılır. 5-6 ay saklanabilir. Balıklar pişirmeden bir gün önce suda ıslatılarak tuzundan arındırılması gerekir. Tepsi içerisinde sobada ya da yağda kızartılarak pişirilir.” **K8:** “Balıklar tenekelerin içinde bol tuz ile salamura edilerek saklanabilir. Bu şekilde bir balık tüketilmeden bir gün önce su içerisinde bekletilerek tuzunun giderilmesi sağlanır. Kızartılarak ya da yahni şeklinde yenilebilir.” Katılımcı yanıtlarında, balıkların toprak ya da teneke kaplar içerisinde kat kat dizilerek bol tuzla kaplandığı, belirli aralıklarla biriken suyunun dökülüp yeniden tuzlandığı ve bu yöntem ile 3-6 aya kadar muhafaza sağlanabildiği ifade edilmiştir. Tüketim öncesinde balıkların suda bekletilerek fazla tuzunun giderilmesi ve sobada fırınlama, kızartma ya da yahni şeklinde tüketildiği vurgulanmıştır.

Su ürünleri, özellikle balıklar; içerdiği su miktarı ve düşük bağ dokusuna sahip olmalarından dolayı diğer gıdalara göre daha hızlı bozulma eğilimi göstermektedirler. Bundan dolayı bu ürünler avlanmalarından sonra uygun yöntemlerle muhafaza edilerek işlenmelidir (Gargacı-Kınay vd., 2020). Salamura tuzlama yöntemi balığın; fiç, cam kavanoz gibi kaplarda yoğun tuz çözeltisine konularak muhafaza edilmesidir. Tuzun su çekme özelliğinden dolayı yoğun miktarda proteinli maddeler ve kan bulunan salamura sıvısı koruyucu etki göstermektedir (Bilgin vd., 2007). Genellikle farklı boyutlardaki fiçlerde ya da tanklarda yapılan tuzlama işlemi, balık ve tuzun katmanlar halinde yerleştirilmesi esasına dayanır. Daha sonra fiçde birikmiş olan fazla su uzaklaştırılarak balıklar yeniden tuzlanır ve fiçlere yerleştirilir (Vidaček & Janči, 2016).

4.4. Beyşehir Gölü Balıklarından Hazırlanan Yemekler

“Beyşehir’de göl balıklarından hangi yemekler hazırlanır? Bu yemeklerin yöresel adları var mı?” sorusunda katılımcı yanıtlarına göre (Şekil 1.) Beyşehir mutfağında sazan balığı; kızartma (K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13), yahni (K2, K3, K4, K5, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13), kapama (K1, K2, K4, K6, K7, K10, K11, K13), içi çeşitli sebzelerle doldurularak fırında (K1, K4, K10, K12) ve tuzla kaplanarak fırında (K1) değerlendirilmektedir. Bazı katılımcılar (K5, K7, K10) sazan balığının yahni şeklinde pişirilmesinin yöresel isminin meyve olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcı yanıtlarında sazan balığı kızartmasının, yahnisinin ve kapamasının öne çıktığı görülmektedir. Sudak balığı kızartma (K1, K2, K5, K7, K8, K12, K13), fırın (K8) şeklinde; kadife balığı ise kızartma (K2, K13) ve köfte (K4, K12) şeklinde tüketilmektedir. Buna ek olarak bazı katılımcılar (K5, K6, K11) tüm göl balıklarının kızartılabileceğini, bazıları ise göl balıklarının ızgarada pişirmeye uygun olmadığını belirtmiştir (K5, K6, K8). Bu durumun nedenlerini açıklayan yanıtlar şu şekildedir: **K5:** “Balıklar çok yağlı olmadığı için ızgaraya uygun değildir,

kuru olur...”. **K6:** “Göl balıkları restoranlarda genelde kızartma olarak tüketilir, ızgara yapmıyoruz çünkü balıklar ızgaraya uygun değil, kuruyor, lezzetsiz oluyor.”.

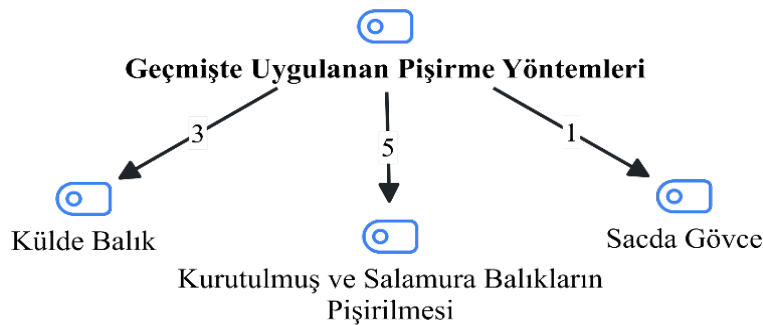


Şekil 1. Beyşehir'de Göl Balıklarından Hazırlanan Yemekler

Katılımcıların; sazan, sudak ve kadife olmak üzere sınırlı sayıda balığı öne çıkardığı görülmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde sazan ve sudak balıklarının Beyşehir balık mutfağında önemli yer tuttuğundan söz etmek mümkündür.

Sazan ağırlıklı olarak kızartma, yahni ve kapama; sudak ise ağırlıklı olarak kızartma şeklinde pişirilmektedir. Balıkların genel olarak kızartılarak pişirildiği bulgusu, literatürdeki diğer bulgularla örtüşmektedir (Selvi vd., 2022; Genç vd., 2020; Bolat ve Telli, 2019). Yağsız balık ürünlerinin derin yağda ya da az yağda kızartma gibi yöntemlerle yağ ilavesiyle pişirilmesi ürünlere lezzet ve nemlilik kazandırmaktadır (Şen, 2021, s. 288). Balıkların yahni, kapama, dolma, küldü ve kızartma şeklinde tüketilmesi ise, Beyşehir bölgesinde yaygın yöresel mutfak uygulamaları arasında yer almaktadır (Sezgin vd., 2017; Baldane, 2021).

Bazı katılımcılar ise günümüzde uygulanmayan ancak eskiden yapılan balık pişirme yöntemlerinden bahsetmişlerdir (Şekil 2.). K9, K2, K3; siraz balığının bütün şekilde köze gömülerek pişirildiğini belirtmiştir. Kurutulmuş ve salamura balıkların pişirilmesi ise yağda kızartma (K2, K7, K8), közde pişirme (K5, K7, K10), soba üzerinde pişirme (K2), sobanın kuzinesinde tepside pişirme (K7) ve yahni (K8) şeklinde yapıldığı ifade edilmiştir. Son olarak K9, eskiden ekmek yapımında kullanılan sac üzerinde gövce balığının pişirilmesinden bahsetmiştir. Katılımcılar bu yöntemleri eskiden uygulanan, günümüzde uygulanmayan yöntemler olarak açıklamıştır. Bulgular bölümünün balıkların uzun süre saklanması için kullanılan geleneksel yöntemler kısmında değinildiği gibi, balık türlerinin azalması ve modern muhafaza tekniklerinin gelişmesi ile günümüzde artık geleneksel muhafaza yöntemleri kullanılmamaktadır. Bunun sonucu olarak da bu yöntemlerin kullanıldığı mutfak uygulamalarına günümüzde rastlanmamaktadır.



Şekil 2. Geçmişte Uygulanan Pişirme Yöntemleri

“Beyşehir’e özgü gördüğünüz en önemli ve sık yapılan 1-2 balık yemeğinin malzemelerini ve üretimini anlatır mısınız?” sorusuna verilen katılımcı yanıtları şu şekildedir: **K1**: “Sazan kızartmadan önce iç organları ve pulları alınarak güzelce temizlenir. Çok kılçıklı bir balık olduğu için ince ince kuyruğundan kafasına kadar çizik atarız, sırtını uzunlamasına yararız. Bu çizikler küçük kılçıkların yağda eriyip zararsız hale gelmesini sağlar... Daha sonra tuzlayıp unlanır ve derin kızgın yağda pişiririz.” **K8**: “Sazana çoğu kişinin ön yargısı vardır, muhtemelen doğru yerde yemediği için bu ön yargı oluşmuştur. Sazanı işlemeyi bilmek gerekiyor. Kılçıklı bir balık olduğu için doğru şekilde işleyip pişirmezseniz yerken keyif almazsınız. 1,5-2 kg’lık sazan kızartmaya uygundur. Eğer yahni yapılacak ise 4-5 kg olması daha iyi olur. Balık büyüdüğünde kılçık oranı azalıyor, kılçıkların boyutu büyüdüğü için ayıklaması daha kolay oluyor. Kızartma yapılacak olan sazanın iç organları ve pulları temizlendikten sonra yüzeyine bıçak ile ince ince milimetrik aralıklarla çizgiler atılır. Ne kadar sık aralıkla çizilirse o kadar iyidir, çünkü pişirme sırasında bu aralıklardan kılçıklara temas eden kızgın yağ kılçıkları zararsız hale getirir. Çizme işleminden sonra balığa yeteri miktarda tuz atılır ve unla kaplanır. Sonrasında kızgın derin yağda kızartılır.”

Katılımcıların ifadeleri değerlendirildiğinde, her iki katılımcının da üretim sürecinde balığın kılçıklı yapısına özel bir işlem tekniği uyguladığını vurgulamaktadır. Sazan, iç organları ve pulları temizlendikten sonra yüzeyine milimetrik aralıklarla çizikler atılarak tuzlanıp unlanarak derin yağda kızartılmaktadır. Bu işlemin, küçük kılçıkların pişirme esnasında zararsız hale gelmesini sağlamaya yönelik yerel bir mutfak pratiği haline geldiğinden söz etmek mümkündür. Buna ek olarak K8, kılçık yoğunluğu azalmasından ve kılçıkların daha kolay ayıklanabilir olmasından dolayı büyük sazan balıklarının (4-5 kg) yahni yapımında daha uygun olduğunu vurgulamaktadır. Daha küçük (1,5-2 kg) balıkların kılçık yoğunluğu, kızartma yönteminde uygulanan özel işlemler ile zararsız hale getirilebilmektedir (Şekil 3.)



a) Pulları ve iç organları temizlenmiş sazan.



b) Gövdesi sık aralıklarla çizilmiş sazan.



c) Sazanın derin yağda kızartılması.



d) Pişirme işlemi tamamlanmış sazan.

Şekil 3. Sazan Kızartma İşlemine Ait Görseller

Kaynak: Kişisel arşiv

Katılımcılardan bazıları sazan kapama yemeğinin yapılışını şu şekilde anlatmıştır: **K6**: “Sazan parçalara ayrıldıktan sonra yağda kızartılır evde fırında yapılacaksa kızartılan balıklar bir tepsiye dizilir. Süzme yoğurt ve yumurta karıştırıldıktan sonra kızartılmış balıkların üzerine dökülür, üzeri kızarana kadar fırında pişirilir. Aslında bu yemek geleneksel olarak aynı yöntemle odun ateşinde pişirilir. Tavanın üzerine kapak kapatılır, kapağın üzerine de köz koyularak hem alttan hem üstten pişirilir. Bu şekilde doğal bir fırın ortamı oluşturulur.” **K10**: “Balığın pulları ve içi temizlendikten sonra sırtından karnına doğru dilim dilim doğranır. Patatesi, soğan, sarımsak, domates ve biber doğrandıktan sonra kara tavaya alınır. Sebzelerin üzerine dilimlenmiş balıklar dizildikten sonra salça, su, kekik ve yağdan hazırlanan sos üzerine dökülür, tavanın ağzı sac ile kapatılır. Hem altına hem üstüne ateş yakılarak pişirilir.” **K12**: Geçmişten bu yana hala

aynı yöntemle yapılan balık yemeği yoğurtlu yumurtalı sazan kapama değildir. Bu yemek, iki büyük yangın tava ya da tepsi arasında odun közü içerisinde hem alttan hem üstten ısı ile açık ateşte pişirilir.” **K13:** “Bizim köyde balık kapama çok yapılır. Eskiler kara tava der, kara tavaya sazan balığını yıkayıp doğrayıp dizeriz, soğan patates domates de koyup altını odun ateşiyle yakarız. Üstünü de saca kapatıp mevcut kordan üstüne de koyarız ve bu şekilde pişiririz.”.

Katılımcı yanıtlarına göre kapama yemeğinin üretimi, sazan balığının odun ateşinde alttan ve üstten pişirilmesi esasına dayanmaktadır. Bazı katılımcılar (K10, K13) bu yemeği soğan, sarımsak, patates, domates, biber gibi sebzelerle, “kara tava” adı verilen tavada üzeri kapalı ve köz ekleyerek pişirdiklerini belirtirken bazıları (K6, K12), balıkların önce kızartılıp sonrasında süzme yoğurt ve yumurta karışımı bir sosla kaplanarak pişirildiğini belirtmiştir. K6’ya göre kapama yemeği ev ortamında fırında pişirilebileceği gibi geleneksel yöntemlerle odun ateşinde de pişirilebilmektedir. Ayrıca yemeğin, tavanın üzerinin saca kapatılıp hem alttan hem üstten ateş verilerek, odun ateşinde pişirilmesinin yaygın bir yöntem olduğu vurgulanmıştır. Bu pişirme şekli, yemeğin “kapama” olarak adlandırılmasının söz konusu uygulamadan kaynaklanmış olabileceğini düşündürmektedir (Şekil 4.).



Şekil 4. Balık Kapama Yemeğinin Hazırlanması ve Sunumu

Kaynak: Kişisel arşiv.

Katılımcı yanıtlarına göre sazan yahnisinin üretimi şu şekildedir: **K2:** “Sazan yahnisi: soğan, biber, salça yağda kavrulur, sonrasında içerisine iri doğranmış sazan parçaları eklenir, balıkların üstünü tamamen kapatmayacak kadar su eklenerek pişirilir.”. **K5:** “Meyrenin hazırlanmasında öncelikle soğan ve dağ eriği kaynar suya eklenerek bir süre pişirilir. Ayrı bir tavada yağ ile kavrulan salça ve un karışımı, haşlanan bu karışıma ilave edilir. Daha sonra önceden parçalara ayrılıp kızartılan sazan balıkları ve reyhan da tencereye eklenir, birlikte pişirilir.”. **K7:** “Yaklaşık 2 kg’lık bir balık temizlenip 5-6 parçaya bölünür ve yağda kızartılır. Farklı bir tencere içerisinde soğan, biber, salça yağda kavrulur. Kızarmış balıklar bu karışıma eklenir. Balıkların yarısına gelecek kadar su ilavesi yapılır ve 20-25 dakika pişirilir sonrasında limon sıkılır. Balıklar daha önceden kızardığı için pişirme süresi kısadır.”. **K10:** “Yahnide genelde sazanın kafası ve havyarı kullanılır. Bir tencerede soğan ve salça yağ ile kavrulur, bulgur eklenir. Üzerine balık ve havyarı eklendikten sonra birlikte bir süre daha kavrulur. Su ile birlikte tuz ve kuru nane eklenerek bir süre pişirilir.”. **K11:** “Önce balığın pulları ve iç organları temizlenir, küçük parçalara ayrılır. Sonra hafif kızartılır. Bir tencerede soğan baharatlar tuz salça az yağda kavrulur, kızarmış balıklar tencereye konur üstüne gelene kadar su eklenir sonra pişmeye bırakılır yarım saat piştikten sonra hazır hale gelir.”.

Katılımcı yanıtlarına göre sazan yahnisi, temel olarak balığın temizlenip parçalara ayrılması, çoğu durumda hafifçe kızartılması ve ardından soğan, biber, salça ve yağla hazırlanan bir karışım içerisinde su ilavesiyle pişirilmesi esasına dayanmaktadır (Şekil 4.). Yemeğin bazı katılımcılar (K5, K7, K11) tarafından kızartma ve haşlama yöntemlerinin birleşimi ile hazırlandığı görülmektedir. Dağ eriği, bulgur, reyhan, havyar ve limon gibi farklı tamamlayıcı malzemelerin kullanılması, sazan yahnisinin standart bir reçetesi olmadığını ve üretiminin hane içi pratiklerle şekillendiğini göstermektedir. K5, sazan yahnisinin yöresel ismini “meyre” şeklinde ifade etmiştir.



Şekil 5. Sazan Yahnisi (Meyre)

Kaynak: Kişisel arşiv.

Daha az sayıda katılımcının anlatısında yer verdiği yemekler ise “fırında senatör, sazan dolma, fırında sazan, kaymaklı sazan, külde balık” olarak bulgulanmıştır. Söz edilen yemeklerin isimlerine göre katılımcıların yanıtları sırasıyla şu şekildedir:

K8: “Fırın ısıtılır, senatör istenilen boyutta parçalanabilir, ben genelde kiloluk bir balığı ikiye bölerek yapıyorum. Bu şekilde balık yağlandıktan sonra fırında 4-5 dakika pişirilir. Sonrasında üzerine doğranmış soğan, biber, sarımsak, domates ve 1-2 dilim limon eklenir, tekrar fırında pişirilir. İsteğe bağlı olarak taze ya da kuru fesleğen de eklenebilir.”. **K4:** “2,5-3 kg’lık sazan kafası üzerinde kalacak şekilde temizlenip iç organları çıkartıldıktan sonra içerisi soğan, biber vb. malzemelerle doldurulur ve uygun bir iple bağlanır ya da kürdanla sabitlenir. Bu şekilde fırında pişirilir.”. **K1:** “1,5-2 kg’lık bir balık temizlendikten sonra 6-7 parçaya bölünür. Güvecin zeminine patates, soğan, sarımsak, domates, biber ve ayçiçek yağı eklenir, üzerine sazanlar serilir. Sonrasında üzeri folyo ile kapatılarak fırında pişirilir.”. **K3:** “Parçalara ayrılan sazan kızartılır, tepsiye döşenir, üzerine kaymak eklenip fırına verilir.”. **K9:** “Eskiden yaptığımız, kül kebabı dediğimiz bir yöntem var. İri siraz balığı bütün olarak hiç temizlenmeden köze gömülür, piştikten sonra ikiye ayrılır ve içi temizlendikten sonra yenir. Siraz balığı kızartma, fırın ve mangal şeklinde de pişirilebilir.”.

Her ne kadar sınırlı sayıda katılımcı fırınlama, doldurma, kaymakla pişirme, köze gömerek pişirme gibi yöntemlerden bahsetmiş olsa da bu ifadeler balığın yörede yalnızca kızartma ve tencere yemeği gibi temel yöntemlerle değil, özgün pişirme yöntemleri ile de değerlendirilebileceğine işaret etmektedir.

4.5. Beyşehir Mutfağında Balık Yemeklerinin Tüketim Kültürü ve Sosyo-Kültürel Bağlamı

“Bu yemeklerin tüketildiği özel günler, ziyafetler ya da belirli mevsimler var mıdır?” sorusuna katılımcıların büyük çoğunluğu (K2, K3, K4, K5, K6, K7, K11) balıkların tüketimi için özel bir gün olmadığı, her zaman tüketilebileceği yönünde yanıt vermiştir. Bazı katılımcılar mevsimselliğe (K1, K10, K13), bazılarının ise avlanma yasağı dönemine vurgu yaptığı tespit edilmiştir (K9, K12). K8 şehir dışından gelen misafirlere balık ikram edildiğini, K9 ise kalabalık aile yemeklerinde balık tüketilebildiğini belirtmiştir. Bu doğrultuda bazı katılımcı yanıtları şu şekildedir: **K1:** “Özel bir gün yok ama kışın soğuk suda balık daha lezzetli olur.”. **K10:** “Yahni ve fırın olarak genelde kışın tüketilir. Kapama ise genelde yazın, kalabalık aile buluşmalarında tüketilir.”. **K13:** “Kış mevsiminde daha çok tüketilir.”. **K9:** “Genelde kalabalık aile toplantılarında, pikniklerde tüketimi yaygındır. Mevsimsel olarak kışın balık tüketimi fazladır ancak her balığın kendine göre yumurtlama dönemleri vardır. Balık çeşitlerinin tüketimi onların av sezonuna göre de değişir.”. **K12:** “Mart-haziran döneminde balık tutma yasağı vardır. Bu dönemlerde tüketmemeye özen göstermek gerekli, onun dışında her zaman tüketilebilir.”. **K8:** “Her zaman tüketilebilir ama şehir dışından gelen misafirlerimiz varsa genelde onlara balık ikram ederiz.”.

Katılımcıların çoğunun balık tüketimini belirli günler ile ilişkilendirmemesi, Beyşehir mutfağında balığın gündelik beslenmenin doğal bir parçası olduğunu göstermektedir. Ancak bulgular, tüketimin tamamen

zamandan bağımsız olmadığını ortaya koymaktadır. Bazı katılımcılar kış aylarında balığın daha lezzetli olduğunu belirtmiştir. Beyşehir balık yemeklerinin şehir dışından gelen misafirlere ikram edilmesi ya da kalabalık aile yemeklerinde tercih edilmesi yönündeki görüşler ise, bu yemeklerin yalnızca bir gıda maddesi olmasının ötesinde yerel kimliğin bir göstergesi olarak değerlendirildiğini göstermektedir.

Folgado-Fernandez vd. (2017) gastronominin, somut olmayan kültürel bir miras olarak destinasyonların kimliğinin oluşmasında önemli bir etken olduğundan bahsetmiştir. Bu bağlamda gıdaların özgünlüğü, geleneksel hazırlama süreçleri, tarihsel bağlamı, duyuşal değeri ve yerel halkın yaşamındaki rolü, beslenme alışkanlıklarındaki yeri, faaliyetler ve etkinliklerde kullanımı bir bölgenin gastronomik kimliğinin oluşmasına katkıda bulunmaktadır (**Paunić vd., 2024**).

“Günümüzde bu yemeklerin tüketimini geçmişe kıyasla nasıl değerlendirirsiniz?” sorusunda ağırlıklı görüş Beyşehir mutfağında balık yemeklerin tüketiminin geçmişe kıyasla azaldığı yönündedir. (K2, K4, K7, K9, K10, K13). **K2:** “Eskiden daha fazla balık tüketilirdi belki balığın bolluğundan olsa gerek. Kasalarca yakalanan balıktan köydeki herkes nasiplenirdi.”. **K4:** “Önceden, bizim çocukluğumuzda daha fazla tüketiliyordu. Daha ucuzdu, daha ulaşılabilirdi. Günümüzde fiyatlar da biraz yüksek herkes ulaşamıyor.”. **K7:** “Yahni ve kızartma şeklinde yapılan yemekler günümüzde de tüketilir ama balık kurutmasından ya da salamurasından yapılanlar artık tüketilmiyor.”. **K9:** “Yahni, kızartma gibi bazı yemeklerin tüketimi devam ediyor ama bazılarının tüketimi balık türlerinin sayısının azalması nedeniyle durdu.”. **K10:** “Geçmişte balık bolluğundan dolayı bu yemekler daha fazla tüketiliyormuş. Günümüzde de hala tüketiliyor ama geçmişe kıyasla daha az.”. **K13:** “Eskisi kadar olmasa da hala daha tüketiliyor.”. Katılımcı yanıtlarında balık yemeklerinin günümüzde, eskiden olduğu kadar tüketilmediği görülmektedir. K2, K4 ve K10, balığın eskiden daha ekonomik ve bol olması nedeniyle bu yemeklerin daha sık tüketildiğini vurgulamaktadır. K7 ve K9, yahni ve kızartma usulüyle hazırlanan yemeklerin günümüzde halen tüketildiğini; ancak bazı balık türlerinin sayıca azalması ve geleneksel muhafaza yöntemlerinin artık kullanılmaması nedeniyle bu ürünlerden yapılan bazı yemeklerin güncel mutfak pratiğinde yer almadığını ifade etmektedir.

Bazı katılımcılar (K1, K8) ise restoran işletmelerinde sazana olan talebin arttığını belirtmektedir. **K1:** “Hala geçmişte olduğu gibi tüketilir, hatta daha fazla... Eskiden restoranlarda daha az tüketilirdi ama şimdi şehir dışından gelen insanlar biraz daha tanıdı, özellikle sazananın tüketimi arttı. Antalya yolunun açılması ile işletmemize gelen misafirlere sazana talep ediyor.”. **K8:** “Restoran özelinde son yıllarda balık tüketimi arttı. Şehir dışından bu bölgeye gelenler sazana tüketmek istiyorlar.”. Katılımcılar özellikle son yıllarda şehir dışından gelen ziyaretçilerin etkisiyle restoranlarda sazana talebinin arttığını belirtmiştir. Diğer katılımcılar (K3, K5, K6, K11, K12) ise balıkların Beyşehir mutfağında geçmişte olduğu gibi tüketildiğini belirtmiştir.

4.6. Geleneksel Balık Mutfağının Korunması ve Tanıtımı

“Beyşehir balık mutfağının geleneksel yapısını korumak ve kültürel miras olarak tanıtmak için neler yapılabilir?” sorusunda katılımcıların yanıtlarında festival vurgusu öne çıkmaktadır. K1, K4, K11 ve K13’ün Beyşehir balık mutfağının tanıtılmasında festivallerin önemini vurguladığı görülmüştür. Bu doğrultuda bazı katılımcı yanıtları şu şekildedir: **K1:** “Sazana balığına insanların ön yargısı var önce bunun kırılması gerekli. Sazana balığı özelinde, sivil toplum kuruluşları dahil edilerek Beyşehir’de balık festivali düzenlenebilir.”. **K4:** “Beyşehir’de bu zamana kadar balık festivali özelinde bir etkinlik düzenlenmedi, yapılan festivallerde Beyşehir’in balıkları ön plana çıkarılabilir. Beyşehir sazananı zaten bilinen bir ürün olduğu için belki reklam ihtiyacı olmadığı düşünülüyor olabilir. Ama çeşitli etkinliklerde tanıtılmasının illaki katkısı olacaktır.”. **K13:** “Bu yemekleri iyi bilen kişilerden yöresel yemeklerinin yapılması istenip belediye desteğiyle bir gastronomi festivali düzenlenerek gençlere ve şehir dışından gelenlere tanıtılabilir.”.

Yanıtlar, festivallerin yerel mutfak kültürünün tanıtımında ve sürdürülebilirliğinde önemli bir araç olarak görüldüğünü ortaya koymaktadır. K1’in “sazana karşı ön yargıların kırılması gerektiği” vurgusu gastronomik ürünlerin yalnızca tanınırlıkla değil tüketici algısı ile birlikte değerlendirilmesi gerektiğini düşündürmektedir. Literatürde de belirtildiği gibi, gastronomi festivallerine katılımı olumlu duygular ziyaretçilerin gelecekteki satın alma davranışını anlamlı biçimde etkilemektedir (**Organ vd., 2015**). Bu

bağlamda Beyşehir sazana yönelik algının değiştirilmesi yalnızca tanıtım faaliyetleriyle değil, olumlu deneyim yaratan uygulamalarla mümkün görünmektedir.

K4'ün Beyşehir'de bugüne kadar balık festivali özelinde bir etkinlik düzenlenmemiş olmasını vurgulaması, yerel gastronomik potansiyelin yeterince görünür kılınmadığını göstermektedir. Birçok çalışmada yerel mutfak kültürünün festivaller aracılığıyla sunulmasının yerel ürünlerin markalaşma sürecine katkı sağladığı ifade edilmektedir (Yang vd., 2020; Lee & Arcodia, 2011).

K9 ve K10 ise Beyşehir balık mutfağının, gençlere öğretilerek tanıtımının yapılabileceğini şu şekilde vurgulamaktadır: **K9:** “Bazı geleneksel balık pişirme şekilleri günümüzde uygulanmadığı için bunu gençler pek bilmiyor. Bu yemeklerin devamlılığını sağlayacak olan da gençler, onlara anlatılması gerekiyor.”. **K10:** “Tarifleri çocuklara öğreterek gelecek nesillere aktarılmasını sağlayabiliriz.”. K9 ve K10 bazı geleneksel balık pişirme yöntemlerinin günümüzde artık uygulanmaması nedeniyle gençler tarafından yeterince bilinmediğini ve bu durumun mutfak kültürünün sürekliliği açısından bir risk oluşturduğunu vurgulamaktadır. Aileler evde yemek hazırlamayı bıraktıklarında yemek etrafında şekillenen kültürel değerler yıpranmakta, tariflerin ve geleneksel tekniklerin nesiller arası aktarımı kesintiye uğramaktadır. Bundan dolayı da mutfak mirası giderek zayıflamaktadır (Orden-Mejía vd., 2025, s. 2).

Beyşehir'de balık mutfağının gelenekselliğinin korunması ve tanıtılması yönünde verilen diğer katılımcı yanıtları şu şekildedir: **K2:** “...bunun için balıklara sahip çıkmamız gerekiyor, Balık yasaklarına uyulmalı ve bilinçsiz avlanma önlenmeli. Balık olmazsa yöresel balık mutfağı da olmaz.”. **K3:** “Beyşehir Sazanı Türkiye genelinde markadır, bilinen bir üründür. Fakat sazan balığı, deniz balığı tüketiminin yaygın olduğu bölgelerde yaşayanların damak tadına uymaz, sevilmez. Beyşehir yöresinde de yaklaşık 30 sene önce deniz balığı sıcak karşılanmazdı insanların damağı göl balıklarına alışkındı.”. **K5:** “Göl milli park olduğu için Beyşehir'de göl kenarında göle sınır olacak şekilde restoran açmak çok zor. Şehir dışından gelen misafirler bazen göl manzarasını seyrederek yemek yiyebilecekleri yerler soruyorlar. Bu tarz alanların olmaması aslında dışarıdan gelen misafirleri olumsuz etkiliyor.”. **K6:** “Beyşehir'in tanıtımında tarhana gibi belirli ürünler öne çıkarılıyor, balık hiç tanıtılmıyor. Konya mutfağının tanıtımı için de bu böyle, sadece etliekmek, fırın kebabı gibi belirli ürünler öne çıkarılırken balıktan kimse bahsetmiyor. Televizyon programı gibi alanlarda Konya tanıtım yapılırken Beyşehir sazanından daha fazla bahsedilmelidir.”. **K8:** “İnternet ortamında işletmeye yapılan yorumlar tanıtımda büyük rol oynadı. Artık herkes bilmediği bir bölgeye gittiği zaman orada ne yenileceğini internette öğreniyor. İlk defa gelenlerin çoğu da tavsiye üzerine geliyor. Yani aslında siz işinizi iyi yaptığınızda tanıtım da yapmış oluyorsunuz.”. **K12:** “Tüm bilinen balık yemeklerinin reçetelerinin kayıt altına alınması ve daha çok yayınlanması sürdürülebilirlik açısından önemli.”.

Katılımcıların yanıtları Beyşehir balık mutfağının korunması ve kültürel mirası olarak tanıtılmasının, farklı boyutlarla ele alınabileceğini göstermektedir. K2, göldeki avlanma yasaklarına uyulması ve bilinçsiz avlanmanın önlenmesi gerekliliğine vurgu yapmaktadır. K3'ün yanıtı ise gastronomik ürünlerin tanıtımında yalnızca bilinirliğin tek başına yeterli olmadığı, tüketici kabulünün bölgesel damak tadı ekseninde şekillenebileceğini göstermektedir. K5, göl kenarında restoran açma kısıtının, ziyaretçilerin balık mutfağını manzara eşliğinde deneyimleme beklentisini karşılamadığını, bu durumun da tanıtımı sınırladığını ifade etmiştir.

Gastronomi deneyiminde çevresel deneyim boyutunun ziyaretçilerin memnuniyeti ve tatmini üzerinde önemli etkisi vardır. Bu durum, yemek deneyiminin ortam ve çevre ile birlikte değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir (Yang vd., 2024). Gürsoy ve Tengilimoğlu (2023) Beyşehir sazani örneğinde restoran atmosferi, hizmet ve duysal çekicilik gibi unsurların yöresel yiyeceklere ilişkin ziyaretçi memnuniyeti üzerinde etkili olduğunu belirtmişlerdir.

K8, internet ortamındaki ziyaretçi tavsiyelerinin ve yiyecek içecek işletmelerindeki hizmet kalitesinin bir tanıtım aracı işlevi gördüğünden söz etmiştir. Literatürdeki çalışmalar çevrimiçi restoran yorumlarının belirli ürünlerin popülaritesini ve satışlarını önemli ölçüde etkileyebileceğini göstermektedir (Chevalier & Mayzlin, 2006; Zhang vd., 2010).

K6, bölgesel tanıtım çalışmalarında Beyşehir ile özdeşleşen balık ürünlerinin geri planda kaldığını, medya programlarında Beyşehir sazanının daha fazla yer bulması gerekliliğini vurgulamıştır.

K12 ise geleneksel balık yemeklerinin reçetelerinin kayıt altına alınmasının ve daha çok yayınlanmasının, mutfak kültürünün sürdürülebilirliği açısından önem taşıdığından söz etmiştir. [Quintero-Angel vd. \(2022\)](#) tarafından belirtildiği üzere, geleneksel mutfak uygulamalarının sözlü olarak aktarılacak maddi kayıtlarla korunmaması, mutfak mirasının yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır.

4.7. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma, Beyşehir Gölü havzasının mutfak kültürüne dair önemli veriler sunmakla birlikte, metodolojik bazı sınırlılıkları içermektedir. Beyşehir Gölü, toplam 650 km² yüzölçümüne sahip bir alan olup; bunun 420 km²'lik kısmı Konya (Beyşehir ve Hüyük), 230 km²'lik kısmı ise Isparta (Şarkikaraağaç ve Yenişarbademli) illerine aittir. Araştırma, lojistik olanaklar ve çalışma odağının sınırlandırılması nedeniyle yalnızca Konya sınırları içerisindeki Beyşehir ilçesi ile sınırlı tutulmuştur.

Bu durum, çalışmanın temel bir kısıtını oluşturmaktadır. Görüşme yapılan katılımcı sayısı (N=13), nitel araştırma standartları çerçevesinde veri doygunluğu açısından yeterli kabul edilse de, gölün Isparta tarafındaki kültürel farklılıkları, avlanma uygulamalarındaki çeşitliliği veya yerel yemek tariflerini kapsayamayabilir. Dolayısıyla elde edilen bulgular, tüm havzayı temsil etmekten ziyade, Beyşehir ilçesi özelinde derinlemesine bir bakış sunmaktadır. Gelecek araştırmalarda, gölün her iki yakasını (Konya ve Isparta) kapsayan karşılaştırmalı ve daha geniş örneklemli çalışmaların yapılması, bölge mutfağının bütüncül bir şekilde anlaşılması açısından önem arz etmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Mutfak kültürü, bir toplumun geçmiş deneyimlerini, kültürel kimliğini ve sosyal yaşam pratiklerini temsil eden temel unsurlardan biridir ([Ünüvar vd., 2025](#)). Bu araştırma, Beyşehir balık mutfağının güncel durumunu ve dönüşümünü; göldeki balık varlığındaki değişimler, yörede balığın kullanımı, pişirme ve saklama uygulamaları, tüketim bağlamları ile koruma ve tanıtım önerileri üzerinden bütüncül bir biçimde ortaya koymaktadır.

Katılımcıların Beyşehir mutfağında en sık kullanılan balık türünün sazan olduğunu belirtmesi ve yemek tariflerinde bu balığa sıkça yer vermelerinden hareketle Beyşehir göl mutfağının sazan etrafında şekillendiğinden söz etmek mümkündür. Sudak, kadife ve akbalık türleri de mutfakta sınırlı olarak yer bulmaktadır. Ayrıca sudak balığının yörede “dişli, levrek, senatör” gibi farklı isimleri bulunmaktadır. 1 kg’dan büyük sudak balıkları levrek olarak adlandırılmaktadır.

Beyşehir Gölü’nde balık varlığı, geçmişe kıyasla miktar ve tür çeşitliliği bakımından belirgin biçimde azalmıştır. Bu durum; bilinçsiz avlanma, ekosistemde meydana gelen değişimler ve yasa dışı avcılık gibi etkenlerle ilişkilendirilmektedir. Av yasağı dönemleri ya da olumsuz iklim koşulları gibi durumlarda balık odaklı yiyecek içecek işletmeleri dış kaynaklara yönelerek tedariklerini sürdürmektedir. Ancak katılımcılar, Beyşehir sazanını duysal özellikleri yönünden şehir dışından temin edilen balıklardan belirgin şekilde ayırmakta, bu durumu sazan balıklarında sık görülen çamur ve yosun kokusunun, Beyşehir sazanında olmaması ile ilişkilendirilmektedir. Bundan hareketle sazan balığını yerel gastronomik kimliğin ayırt edici bir unsuru olarak değerlendirilebileceğinden söz etmek mümkündür. [Gürsoy & Tengilimoğlu, \(2023\)](#), Beyşehir sazanı gibi yöre ile özdeşleşmiş yiyeceklerin, ziyaretçilerin Beyşehir’i tercih etmelerinde en etkili unsur olduğunu tespit etmişlerdir.

Beyşehir mutfağında geçmişte önemli bir yere sahip olan bazı balık türlerinin bugün ya tamamen ortadan kalkmış ya da belirgin biçimde azalmıştır. Özellikle gövce balığı, katılımcıların büyük çoğunluğu tarafından artık gölde bulunmayan bir tür olarak belirtilirken; siraz, yağ balığı, akbalık ve kızılkanat ise nadir görülen ve bu nedenle mutfakta kullanımı büyük ölçüde gerileyen türler olarak ifade edilmiştir. Bu dönüşüm, göle sonradan bırakılan etçil ve istilacı bir tür olan sudağın yerli balıklar üzerindeki baskısı, bilinçsiz avlanma ve

kuraklığa bağlı çevresel değişimlerle ilişkilendirilmektedir. Bu yaşanan ekolojik kaybın, yöresel mutfak uygulamalarında doğrudan bir daralmaya yol açtığı görülmektedir. Yerli olmayan istilacı balık türleri, tatlı su ekosistemlerinde yerli türlerin yok olma tehdidinde büyük ölçüde katkıda bulunan bir etken olarak kabul edilmektedir. Bu olumsuz etki; habitat kaybı, su seviyesindeki değişimler, iklim değişikliği, aşırı su kullanımı ve kirlilik gibi diğer baskılarla birleştiğinde daha güçlü olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Yerli türlerin davranışlarında değişiklikler, ekosistemdeki besin ağlarının yeniden yapılanması ve tüm faunaların yerel düzeyde yok olmasına kadar uzanabilen etkiler, istilacı türlerin yol açtığı olumsuz sonuçlara örnek gösterilebilmektedir (Cucherousset & Olden, 2011).

Bölgede göl balıklarından bütüncül bir biçimde yararlanılmaktadır. İç organlar çıkartıldıktan sonra kafa, deri, havyar gibi bölümler tüketime dahil edilmektedir. Siraz balığının havyarına ilişkin “zehirli” olduğu yönündeki yaygın kanaat, bilimsel literatürle desteklenmeyen; ancak kuşaktan kuşağa aktarılacak mutfak pratiğini şekillendiren yerel bilgi örneklerinden biri olarak öne çıkmaktadır.

Yörede balıkların uzun süre saklanması için kullanılan geleneksel muhafaza yöntemleri, tuzlayarak güneşte kurutma ve toprak ya da teneke kap içerisinde bol tuzla salamura etme yöntemine dayanmaktadır. Güneşte kurutma işlemine yörede “darık yapma” denilmektedir. Bu yöntemler geçmişte gövce, sazan, siraz gibi türlerin bolluğuna bağlı olarak uygulanan yaygın bir muhafaza biçimidir. Kurutulmuş balıklar eskiden yörede köz üzerinde, tavada ya da sobada ısıtılarak tüketilmektedir. Günümüzde balık türlerinin azalması ve buzdolabının yaygınlaşması gibi durumlar neticesinde eskiden uygulanan saklama yöntemleri büyük ölçüde terk edilmiştir. Bu durum, balığa ilişkin yerel bir mutfak mirasının kaybolduğunu göstermektedir. Modernleşme ve değişen yaşam tarzları, yöresel yemek uygulamalarında gerilemeye yol açarak geleneksel mutfak kültürünün korunmasında tehdit oluşturmaktadır (Pugra vd., 2025).

Yöredeki tüm balıklar kızartma yöntemine uygundur. Bu yöntemde özellikle sazan balığı, bıçakla gövdesine sık aralıklarla ince çizikler atılması suretiyle özgün bir biçimde hazırlanmaktadır. Bu yöntem, küçük kılçıkların kızartma aşamasında kaybolmasını ve dolayısıyla tüketimini kolaylaştırmaktadır. Buna ek olarak yine sazandan hazırlanan ve bir çeşit yahni olan “meyre” ve sazan kapama öne çıkmaktadır.

Beyşehir mutfağında balık yemekleri gündelik beslenmenin doğal bir parçasıdır. Bununla birlikte av yasağı dönemleri, bazı yemeklerin kış ayları ile ve ikram kültürü ile özdeşleştirilmesi, tüketim zamanını kısmen şekillendirmektedir.

Bu araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda Beyşehir balık mutfağının korunması ve sürdürülebilirliği için aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

1. Yerel balık türlerinin devamlılığını sağlamak amacıyla çevresel koruma, bilinçli avlanma ve istilacı türlerin kontrolüne yönelik yönetim politikaları uygulanmalıdır.
2. Geleneksel pişirme ve muhafaza yöntemlerinin kaybolmaması için, bu bilgi ve becerilerin genç kuşaklara aktarımını destekleyen eğitim, atölye ve belgeleme çalışmaları teşvik edilmelidir.
3. Katılımcıların vurguladığı üzere, balık mutfağının görünürlüğünü artırmak amacıyla balık odaklı gastronomi festivalleri ve etkinlikler düzenlenmelidir. Özellikle sazan balığına yönelik olumsuz algının, deneyim temelli sunumlar yoluyla değiştirilmesi önemlidir.
4. Mekân ile hizmet anlamında deneyim ortamının yiyecek içecek işletmeleri temelinde güçlendirilmesi, bu mutfak mirasının sürdürülebilirliği ve tanıtımı için belirleyici unsurlar olarak öne çıkmaktadır.
5. Bu araştırma, Beyşehir balık mutfağının kültürel, gastronomik ve ekolojik boyutlarıyla bütüncül biçimde ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Üniversiteler, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve balıkçılar arasında kurulacak iş birlikleriyle, yerel balık türleri ve yemek kültürüne ilişkin envanter çalışmaları yapılmalı; geleneksel tarifler, pişirme teknikleri ve mutfak pratikleri bilimsel yöntemlerle belgelenmelidir.
6. Bu çalışma, nitel yöntemle sınırlı bir örneklem üzerinden yürütülmüştür. Gelecek araştırmalarda, nicel yöntemlerle daha geniş örneklem grubu üzerinde tüketici algıları, sazan balığına yönelik tutumlar ve gastronomi turizminin bölgesel ekonomik etkileri incelenmesi önemlidir.

KAYNAKÇA

- Agyei-Mensah, Y. O., Annan, T., Overå, R., Atter, A., Hatløy, A., Andersen, P., . . . Kjellekvold, M. (2023). The processing, preparation, and cooking practices of small fish among poor Ghanaian households: An exploratory qualitative study. *Maritime Studies*, 22, 15. <https://doi.org/10.1007/s40152-023-00300-w>
- Ak, S. (2023). Gastronomik kimlik ve turizm ilişkisi: birden fazla gastronomik kimlikten söz etmek mümkün müdür? Nebioğlu O. (Ed.), *Tadın gücü: Gastronomi ve turizm ilişkisi üzerine yeniden düşünmek* içinde (s. 9-34). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Akköz, C. (2021). Beyşehir gölü biyolojisi. Muşmal H. (Ed.), *Tarih, kültür, sanat, turizm, sanayi ve ticaret şehri Beyşehir* içinde, (s. 669-680). Palet Yayınları.
- Almansouri, M., Verkerk, R., Fogliano, V., & Lunning, P. A. (2021). Exploration of heritage food concept. *Trends in Food Science & Technology*, 111, 790-797. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2021.01.013>
- Alyakut, Ö., & Küçükkömürler, S. (2017). Geleneksel Kartepe mutfak kültürü ve bu tür mutfak kültürü araştırmalarının kırsal ve gastronomi turizmine katkısı. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 7(1), 83-90.
- Anıl, N., Doğruer, Y., Nizamlioğlu, M., Tufan, S., & Öz, K. (1989). Konya bölgesi tatlısu balıklarında grading aşamaları. *Eurasian Journal of Veterinary Sciences*, 5(1), 29-35.
- Anonim. (2010). *Konya vilâyeti sâlnâmesi H. 1295*. (M. Eminoğlu, Çev.) Konya Kültür A.Ş.
- Atay, T. (2005). *Göl ve insan Beyşehir Gölü çevresinde doğa-kültür ilişkisi üzerine antropolojik bir inceleme*. Kalan Yayınları.
- Baldane, O. (2021). Beyşehir yöresinde Türk halk kültürü. H. Muşmal (Ed.) içinde, *Beyşehir araştırmaları tarih, kültür, sanat, turizm, sanayi ve ticaret şehri Beyşehir* (s. 739-766). Palet Yayınları.
- Balık, İ. (1997). *Beyşehir Gölü su ürünlerini geliştirme projesi, balık popülasyonlarının araştırılması ve sudak popülasyonunun göl balıkçılığı üzerine etkileri*. Isparta: Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Eğirdir Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü.
- Bayçelebi, E., Kaya, C., Güçlü, S., Küçük, F., & Turan, D. (2020). Taxonomic status of endemic fish species in lake Beyşehir basin (Turkey). *Acta Aquatica Turcica*, 16(1), 138-147. <https://doi.org/10.22392/actaquatr.618539>
- Bessiere, J. (1998). Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061>
- Bilgin, Ş., Ertan, Ö. O., & Günlü, A. (2007). Farklı tuzlama tekniklerinin *Salmo trutta macrostigma* Dumeril, 1858'nin kimyasal bileşimine etkileri. *Ege Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*, 24(3-4), 225-232.
- Bolat, Y., & Telli, Ö. (2019). Denizli ili su ürünleri tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. *Acta Aquatica Turcica*, 15(1), 80-90. <https://doi.org/10.22392/egirdir.446836>
- Bozkoyun, M., & Baytar, İ. (2020). Tuzlu balık ve ayran aşının Van ilinin gastronomi turizmindeki yeri. *Journal of Humanities and Tourism Research* (Özel Sayı 5), 41-58.
- Bulut-Solak, B. (2016). Sürdürebilir gastronomi turizmine bir model: Silile beldesi örneği. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-12.
- Büyük, Z., Yavuz, K., Dülger-Altınal, D., & Aydın, E. (2025). Gastronomide su ürünlerinin kullanımı ve beslenmedeki önemi. *Düzce Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3(2), 144-172.

- Chevalier, J., & Mayzlin, D. (2006). The effect of word of mouth on sales: online book reviews. *Journal of Marketing Research*, 43(3), 345-354. <https://doi.org/10.1509/jmkr.43.3.345>
- Chukwurah, G. O., Okeke, F. O., Isimah, M. O., Enoguanbhor, E. C., Awe, F. C., Nnaemeka-Okeke, R. C., . . . Okeke, C. A. (2025). Cultural influence of local food heritage on sustainable development. *World*, 6, 10. <https://doi.org/10.3390/world6010010>
- Csergo, J. (2018). Food as a collective heritage brand in the era of globalization. *International Journal of Cultural Property*, 25(4), 449-468. <https://doi.org/10.1017/S0940739118000322>
- Cucherousset, J., & Olden, J. D. (2011). Ecological Impacts of Non-native Freshwater Fishes. *Fisheries*, 36(5), 215-230. <https://doi.org/10.1080/03632415.2011.574578>
- Çağlak, E., & Karşı, B. (2014). Beyşehir Gölü'ndeki sudak (Stizostedion lucioperca, Linnaeus 1758) balığı kasında bazı ağır metallerin birikiminin araştırılması. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 20(2), 203-214. <https://doi.org/10.15832/tbd.25388>
- Çınar, Ş., Tümgelir, L., Çubuk, H., & Çetinkaya, S. (2006). Beyşehir Gölü'ndeki sudak popülasyonu (Sander lucioperca Linnaeus, 1758)'nın büyüme özellikleri. *I. Uluslararası Beyşehir ve Yöresi Sempozyumu (11-13 Mayıs 2006) Bildiriler Kitabı* (s. 710-717).
- Dinç, A., & Öztürk, R. (2013). Beyşehir Gölü Milli Parkı'nın ekoloji ve turizm bakımından araştırılması. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 6(1), 118-123.
- Erdoğan, M. (1992). Beyşehir. *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi VI* (s. 84-85).
- Ertaş, Y., & Gezmen-Karadağ, M. (2013). Sağlıklı beslenmede türk mutfak kültürünün yeri. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(1), 117-136.
- Folgado-Fernandez, A., Hernández-Mogollón, M., & Duarte, P. (2017). Destination image and loyalty development: The impact of tourists' food experiences at gastronomic events. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(1), 92-110. <https://doi.org/10.1080/15022250.2016.1221181>
- Freyhof, J., Ekmekçi, F. G., Ali, A., Khamees, N. R., Özüluğ, M., Hamidan, N., . . . Smith, K. G. (2014). Freshwater fishes. C. Numa (Ed.), *The status and distribution of freshwater biodiversity in the Eastern Mediterranean* (s. 19-42). Gland, Switzerland: International Union for the Conservation of Nature. <https://doi.org/10.2305/IUCN.CH.2014.01.en>
- Gargacı-Kınay, A., Duyar, H. A., & Sümer, Y. (2020). Gastronomik bir ürün olarak lakerdanın raf ömrü: Potasyum sorbat etkisi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(3), 355-361. <https://doi.org/10.32958/gastoria.804547>
- Genç, Y., Albayrak, M., & Güldal, H. T. (2020). Balık tüketiminde tüketim tercihlerini etkileyen faktörlerin analizi: Çankırı ili örneği. *Ege Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*, 37(1), 93-101. <https://doi.org/10.12714/egejfas.37.1.11>
- Guler, G., Kiztanır, B., Aktumsek, A., Citil, O., & Ozparlak, H. (2008). Determination of the seasonal changes on total fatty acid composition and ω3/ω6 ratios of carp (Cyprinus carpio l.) muscle lipids in Beyşehir Lake (Turkey). *Food Chemistry*, 108(2), 689-694. <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2007.10.080>
- Gülle, İ., Küçük, F., & Güçlü, S. (2022). Düünden bugüne Beyşehir Gölü (Isparta-Konya, Türkiye) balıkçılığı ve durum analizi. *Acta Aquatica Turcica*, 18(4), 436-450. <https://doi.org/10.22392/actaqua.1068143>
- Gürsoy, Y., & Tengilimoğlu, E. (2023). Yerel yiyeceklerin destinasyonu tekrar ziyaret ve tavsiye etme niyeti üzerindeki etkisi: Beyşehir sazanı örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(3), 2328-2348. <https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1295>

- Hassan, M., Haq, S. M., Majeed, M., Umair, M., Sahito, H. A., Shirani, M., . . . Yessoufou, K. (2022). Traditional food and medicine: ethno-traditional usage of fish fauna across the Valley of Kashmir: A Western Himalayan region. *Diversity*, 14, 455. <https://doi.org/10.3390/d14060455>
- Horng, J.-S., & Tsai, C.-T. (2012). Culinary Tourism strategic development: an Asia-Pacific perspective. *International Journal of Tourism Research*, 14(1), 40-55. <https://doi.org/10.1002/jtr.834>
- İlhan, A., Balık, S., & Sarı, H. (2014). Orta ve Batı Anadolu endemik içsu balıklarının günümüzdeki dağılımları ve koruma statüleri. *İstanbul Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 29(2), 9-34. <https://doi.org/10.18864/iujfas.37784>
- Kahraman, A. G., & Sönmezdağ, A. S. (2017). Osmanlı mutfak kültüründe balık tüketimi ve dolma zeytin turşusunun kırsal turizm gastronomisine kazandırılması üzerine bir çalışma. *Research Journal of Agricultural Sciences*, 10(1), 20-26.
- Karaman, A., Arslan, M., & Şalvarcı, S. (2022). Beyşehir Gölü ve turizm potansiyeli. A. Karaman, S. Şalvarcı, & Y. Burak (Ed.) içinde, *Türkiye'de Göl Turizmi Potansiyeli -Gezi Rehberi- I* (s. 21-34). Eğitim Yayınevi.
- Kivela, J., & Crotts, J. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>
- Klingler, M., Schermer, M., Hemetsberger, A., Stotten, R., & Maaß, C. (2023). Uncovering the sociomaterial assemblage of a culinary heritagization: The Wildsch" onauer Krautinger schnapps. *Journal of Rural Studies*, 103, 103125. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.103125>
- Kurnaz, A., & İşlek, E. (2018). Yöresel yemeklerin restoranlar tarafından kullanımının değerlendirilmesi: Marmaris örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 8(1), 50-59.
- Küçük, F. (2012). Extinct endemic fishes of Turkey: Alburnus akili (göyce) and Pseudophoxinus handlirschi (kavinne) (Pisces: cyprinidae). *Turkish Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*, 12, 345-347.
- Lee, I., & Arcodia, C. (2011). The Role of Regional Food Festivals for Destination Branding. *International Journal of Tourism Research*, 13, 355-367. <https://doi.org/10.1002/jtr.852>
- Madariaga, C. J., & Hoyo, J. J. (2019). Enhancing of the cultural fishing heritage and the development of tourism: A case study in Isla Cristina (Spain). *Ocean and Coastal Management*, 168, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2018.10.023>
- Martino, S., Azzopardi, E., Fox, C., Chiaroni, E., Payne, E., & Kenter, J. (2023). The importance of local fisheries as a cultural attribute: insight from a discrete choice experiment of seafood consumers. *Maritime Studies*, 22, 22. <https://doi.org/10.1007/s40152-023-00308-2>
- Mazzariol, S., Corazzola, G., Rubini, S., Quaglio, F., Perolo, A., Gustinelli, A., . . . Centelleghes, C. (2021). Illegal fishing with electrofishing evices in the Po river basin, Emilia Romagna, Italy. *Scientific Reports*, 11, 15270. <https://doi.org/10.1038/s41598-021-93015-z>
- Muşmal, H., & Benli, K. (2019). Osmanlı Dönemi'nde Beyşehir Mada Adası'na yerleştirilen Rus Kazakları. A. Aköz, D. Yörük, & H. Karpuz içinde, *Konya Kitabı XVII geçmişten günümüze göçler II*. Cilt (s. 107-129). Konya Ticaret Odası.
- Ningsih, O., Utami, T., Rahayu, E. S., & Fibri, D. L. (2025). Exploring kadoru fish, the traditional smoked sneakhead fish ethnic identity from central Sumba: processing method, and its physicochemical and sensory profile. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 41, 101251. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101251>

- Orden-Mejía, M., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., Carvache-Franco, W., Sarmiento-Victor, S., & Arce-Bastidas, R. (2025). Loss of the culinary tradition of Cangrejada: Preparing crabs at home in Guayaquil, Ecuador. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 41, 101274. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101274>
- Organ, K., Koenig-Lewis, N., Palmer, A., & Probert, J. (2015). Festivals as agents for behaviour change: A study of food festival engagement and subsequent food choices. *Tourism Management*, 48, 84-99. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.021>
- Özparlak, H., Arslan, G., & Arslan, E. (2012). Determination of some metal levels in muscle tissue of nine fish species from Beyşehir Lake, Turkey. *Turkish Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*, 12(4), 761-770.
- Paunić, M., Pivarski, B. K., Tešanović, D., Novaković, D., Šmugović, S., Šarenac, N., . . . Marjanović, J. (2024). Gastronomic identity factors in the function of sustainable gastronomy: A case study of tourist destinations in the Republic of Serbia and Bosnia and Herzegovina. *Sustainability*, 16(19), 8493. <https://doi.org/10.3390/su16198493>
- Pugra, I. W., Sutiarto, M. A., & Joaquin, C. J. (2025). The cultural significance of traditional foods in shaping Indonesian social identity: Challenges and preservation strategies. *Journal of Language, Literature, Social, and Cultural Studies*, 3(1), 21-31. <https://doi.org/10.58881/jllscs.v3i1.318>
- Quintero-Angel, M., Mendoza-Salazar, D. M., & Martínez-Giron, J. (2022). Food fears and risk of loss of food heritage: A little-explored effect of food modernity and times of pandemic. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 28, 100499. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100499>
- Seçuk, B., & Seçim, Y. (2023). Yerel gıda ile mutfak kültürünün menü planlama ve gastronomik çekiciliğe etkisi. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 6(2), 558-582. <https://doi.org/10.33083/joghat.2023.284>
- Selvi, K., Kaya, B., Özdikmenli-Tepeli, S., & Kandemir, G. (2022). Çanakkale'nin Yenice ve Bayramiç ilçelerinde su ürünleri tüketiminin değerlendirilmesi. *Acta Aquatica Turcica*, 18(1), 93-108. <https://doi.org/10.22392/actaquatr.991184>
- Sezgin, M., Uyanık, N., & Önal, A. N. (2017). Etnografik bir cazibe merkezi olması için Beyşehir turizmi üzerine bir değerlendirme [Tam Metin]. 2. *Uluslararası Beyşehir ve Yöresi Kongresi* (31-38). Konya: Billur Yayınevi ve Basımevi.
- Skara, T., Axelsson, L., Stefansson, G., Ekstrand, B., & Hagen, H. (2015). Fermented and ripened fish products in the northern European countries. *Journal of Ethnic Foods*, 2, 18-24. <https://doi.org/10.1016/j.jef.2015.02.004>
- Soini, K., & Birkeland, I. (2014). Exploring the scientific discourse on cultural sustainability. *Geoforum*, 51, 213-223. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2013.12.001>
- Soyaslan, İ., & Hepdeniz, K. (2018). Beyşehir Gölü havzasının yeraltısuyu akım modellemesi esaslı hidrojeolojik özelliklerinin değerlendirilmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 63-74. <https://doi.org/10.29048/makufebd.358206>
- Svanberg, I., & Locker, A. (2020). Ethnoichthyology of freshwater fish in Europe: a review of vanishing traditional fisheries and their cultural significance in changing landscapes from the later medieval period with a focus on northern Europe. *Journal of Ethnobiology Ethnomedicine*, 16, 68. <https://doi.org/10.1186/s13002-020-00410-3>
- Svanberg, I., & Stahlberg, S. (2024). Gastronomic ethnobiology of smelt, *Osmerus eperlanus* (L., 1758), a culturally significant but vanishing food item in Sweden. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 38, s. 101018. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.101018>

- Şen, A. (2021). Balık ve su ürünleri. Y. Seçim, & S. Bayrakçı (Ed.) *İleri mutfak bilimleri* içinde, (s. 275-299). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şengör, G. Ü., & Ceylan, Z. (2018). Türk mutfağında su ürünleri kültürü ve önemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Eğirdir Su Ürünleri Fakültesi Dergisi*, 14(4), s. 386-398. <https://doi.org/10.22392/egirdir.414488>
- Tezzo, X., Bush, S. R., Oosterveer, P., & Belton, B. (2021). Food system perspective on fisheries and aquaculture development in Asia. *Agriculture and Human Values*, 38, s. 73-90. <https://doi.org/10.1007/s10460-020-10037-5>
- Timur, G., Timur, M., & Diler, Ö. (2010). Türkiye’de kerevit vebası hastalığının bazı göllerdeki kerevit stoklarına etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Eğirdir Su ürünleri Fakültesi Dergisi*, 6(2), s. 31-38.
- Üçüncü, B., & Muşmal, H. (2014). *Tarihi süreçte Beyşehir Gölü ve adalarında hayat*. Palet Yayınları.
- Ün, A., & Okat, Ç. (2023). Van ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 13(3), s. 488-504.
- Ünüvar, Ş., Büyüksütcü, G., & Yıldırım, M. F. (2025). Karaçay-Malkar yerleşimi olan Başhüyük’ün mutfak kültürü Üzerine bir araştırma. *Journal of Turkic Civilization Studies*, 6(2), s. 259-286.
- Vidaček, S., & Janči, T. (2016). Chapter 5 - Safety of fish products. Prakash V., Martín-Belloso O., Keener L., Astley S., Braun S., McMahon H., & Lelieveld H. (Ed.), *Regulating safety of traditional and ethnic foods* içinde (s. 79-97). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-800605-4.00005-0>
- Yağar, F., & Dökme, S. (2018). Niteliksel araştırmaların planlanması: Araştırma soruları, örneklem seçimi, geçerlik ve güvenilirlik. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(3), s. 1-9.
- Yang, F. X., Wong, I. A., Tan, X. S., & W, D. C. (2020). The role of food festivals in branding culinary destinations. *Tourism Management Perspectives*, 34, s. 100671. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100671>
- Yang, S., Liu, Y., & Xu, L. (2024). The effect of food tourism experiences on tourists' subjective well-being. *Heliyon*, 10(3), s. e25482. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25482>
- Yazıcı, H., & Arıbaş, K. (2002). Beyşehir Gölü adalarında nüfus, yerleşme ve ekonomik faaliyetler. *Coğrafya Dergisi*, (10), s. 33-54.
- Yeğen, V., Balık, S., Bostan, H., Uysal, R., & Bilçen, E. (2006). Göller bölgesindeki bazı göl ve baraj göllerinin balık faunalarının son durumu. 1. *Ulusal Balıklandırma ve Rezervuar Yönetimi Sempozyumu (7-9 Şubat 2025)* içinde (s. 129-139).
- Yerasimos, M. (2002). *500 Yıllık Osmanlı Mutfağı*. İstanbul: Boyut Yayınları.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (11. Baskı b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, M. (2006). Rusya Kazaklarının Mada Adası'na iskanı. 1. *Uluslararası Beyşehir ve Yöresi Sempozyumu (11-13 Mayıs 2006) Bildiriler Kitabı* içinde (s. 412-419).
- Yılmaz, S., Yazıcıoğlu, O., & Polat, N. (2012). Bafra Balık Gölleri (Samsun, Türkiye)’ndeki Sazan (Cyprinus carpio L.,1758)’ın yaş ve büyüme özellikleri. *Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi*, 2(7), s. 1-12.
- Youn, S. J., Taylor, W. W., Lynch, A. J., Cowx, I. G., Beard, T. D., Bartley, D., & Wu, F. (2014). Inland capture fishery contributions to global food security and threats to their future. *Global Food Security*, 3, s. 142-148. <https://doi.org/10.1016/j.gfs.2014.09.005>

Zhang, Z., Ye, Q., Law, R., & Li, Y. (2010). The impact of e-word-of-mouth on the online popularity of restaurants: A comparison of consumer reviews and editor reviews. *International Journal of Hospitality Management*, 29, 694-700. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.02.002>

Yemek Stilistliğine Yönelik İlgi, Kullanma Durumları ve Bilgi Düzeyleri: Aşçılık ve Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama

Naciye GÜLSOY^a, Erol GEÇGİN^b

^aBilim Uzmanı, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Van, Türkiye, aciyeulsoy7@icloud.com- ORCID: 0009-0005-1562-5657

^bDr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Van, Türkiye, erolgegin@hotmail.com - ORCID: 0000-0001-8375-9343

ÖZ

Teknolojide yaşanan hızlı değişim, bireylerin günlük yaşam pratiklerinden toplumsal dinamiklere kadar uzanan geniş bir alanda önemli dönüşümlere yol açmaktadır. Bu dönüşüm, özellikle iletişim biçimleri ve tüketim alışkanlıkları başta olmak üzere birçok alanda yeniliklerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Bu araştırmada, Türkiye’deki üniversitelerde Aşçılık ile Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerin yemek stilistliğine yönelik ilgi düzeyleri, bu teknikleri uygulama pratikleri ve konuya ilişkin bilgi seviyeleri incelenmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmış ve 502 katılımcıdan elde edilen veriler SPSS programı aracılığıyla analiz edilerek değerlendirilmiştir. Araştırma bulguları, öğrencilerin yemek stilistliğine belirli bir düzeyde ilgi gösterdiklerini ortaya koymuş; ayrıca tabak düzenleme sürecinde dikkate alınan temel unsurlar belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yemek Stilistliği, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Stilist, Aşçılık

Interest in Food Styling, Usage Practices, and Knowledge Levels: An Application on Cookery and Gastronomy and Culinary Arts Students

ABSTRACT

Rapid technological changes lead to significant transformations across a wide range of areas, from individuals’ daily life practices to broader social dynamics. This transformation paves the way for innovations in many fields, particularly in communication methods and consumption habits. This study examines the levels of interest in food styling, the practices of applying these techniques, and the knowledge levels related to the subject among students studying in the Cookery and Gastronomy and Culinary Arts departments at universities in Türkiye. In the research, the survey method was used as the data collection tool, and the data obtained from 502 participants were analyzed and evaluated using the SPSS program. The findings of the study revealed that students show a certain level of interest in food styling; moreover, the key factors considered during the plating process were identified.

Keywords: Food Styling, Gastronomy and Culinary Arts, Stylist, Cooking

Received: 07.12.2025

Accepted: 22.03.2026

Published: 28.03.2026

Cite as: Gülsoy, N., & Geçgin, E. (2026). Yemek stilistliğine yönelik ilgi, kullanma durumları ve bilgi düzeyleri: Aşçılık ve gastronomi ve mutfak sanatları öğrencileri üzerine bir uygulama. *Anatolia Social Research Journal*, 5 (1), 72-85. <https://doi.org/10.5281/zenodo.19308481>

Bu Çalışma, Birincil Yazarın Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı’nda yazdığı “Yemek Stilistliğine ve Fotoğrafçılığın Yönelik İlgi, Kullanımları ve Bilgi Düzeyleri: Aşçılık ve Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama” başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

EXTENDED ABSTRACT

Purpose

The human desire to enhance beauty has existed throughout history and has never diminished. With the introduction of technology and numerous other innovations into our lives, the ways in which this desire is expressed have continuously evolved. In particular, food photography has taken on the role of highlighting the visual appeal of food and capturing attention. These photographs are frequently used as promotional tools in food magazines and recipe books (Özdoğan, 2014).

Close-up images of food featured in restaurant menus or catalogs emphasize the appetizing qualities that transform food from a mere necessity into a desirable object. This type of imagery is referred to as “food porn.” Food porn showcases food through detailed close-ups that aim for aesthetically perfect presentation and stimulate appetite. The term is used in the literature to describe the deliberate display of ingredients in detail (Sabbag, 2014).

This study aims to examine the effects of interest levels, usage practices, and knowledge accumulation regarding food styling and food photography on students enrolled in Gastronomy and Culinary Arts and Cookery programs. The study seeks to provide a comprehensive evaluation of the current situation in these fields and to identify gaps in the existing literature.

A review of the literature indicates that a lack of knowledge stands out as one of the primary challenges in the fields of food styling and food photography. In this context, the research is expected to provide both theoretical and practical clarification of the concepts of food styling and food photography, and to contribute to determining students’ awareness, competencies, and attitudes toward these areas.

Design /Methodology/ Approach

The limited attention given to the fields of food styling and food photography in the national literature constitutes the primary motivation of this study. Accordingly, the research aims to establish a theoretical and practical framework for these fields, to develop a visually holistic approach through the techniques employed in the research process, and thereby to contribute both to the food and beverage industry and to the academic literature.

Within the scope of the study, the levels of interest, usage practices, and knowledge of students enrolled in Cookery as well as Gastronomy and Culinary Arts programs at accessible universities will be examined with regard to food styling and food photography. In line with the findings obtained, it is planned to demonstrate the relevant techniques in practice and to support them with visual materials. In this way, the study is expected to produce outcomes that can guide sectoral practices and contribute to addressing the existing gap in the literature.

Findings

According to the findings of the study, the majority of the participants were female students, most of whom were aged 21 and above and enrolled in their fourth year of study. In this regard, it was determined that interest in and willingness to learn about food styling and food photography were particularly higher among fourth-year students and female students.

A significant difference was identified between class level and interest in food styling, and thus the H1 hypothesis was accepted. However, it was found that students’ level of applying food styling techniques was low and that there was no significant relationship between class level and the use of these techniques; therefore, the H2 hypothesis was rejected.

It was also determined that students generally follow developments in the sector through the internet. The findings are largely consistent with previous studies in the literature, particularly those indicating that the level of knowledge is limited and that social media is primarily used for income-generating purposes.

Practical implications

In this study, data related to food styling and food photography were compiled and evaluated within a systematic framework. Considering that these fields have been addressed only to a limited extent in the literature, the research is expected to contribute to the existing body of knowledge.

Based on the findings, it is recommended that comprehensive and practice-oriented training programs on food styling and food photography be developed for students. Incorporating such content into the academic curriculum would enhance students' theoretical knowledge as well as their practical skills, thereby strengthening their professional competencies. Moreover, it is anticipated that these structured training programs could increase students' interest in food photography and encourage them to acquire professional-level expertise in the field.

Originality/ value

In this study, data related to food styling and food photography were systematically compiled and evaluated. The limited attention given to these fields in the literature indicates that the study is likely to contribute to the academic body of knowledge.

To support students in gaining practical experience in food styling and food photography, hands-on workshops and training sessions should be organized. Such activities would enable students to interact directly with industry professionals and keep up with current trends. Furthermore, more academic research and publications in the field of food photography should be encouraged. These studies would provide in-depth knowledge of the technical and aesthetic aspects of the field and play an important role in enhancing students' professional expertise.

1.GİRİŞ

İnsanlık tarihinin en başından itibaren, yeme ve içme eylemleri yalnızca hayatta kalmak için değil, aynı zamanda gıda üretimi ve tüketimi etrafında gelişen kültürel ve sosyal ilişkileri güçlendirmek için de yapılmıştır. Besinlerin toplanması, avlanma ve nihayetinde tüketilmesi, insan yaşamının temel bir parçası haline gelmiştir (Gürhan, 2017). Ancak zamanla, yeme ve içme etkinlikleri yalnızca fizyolojik ihtiyaçların ötesine geçerek toplumsal ritüeller, duygusal bağlar ve kimlik inşası gibi daha derin anlamlar kazanmıştır. İnsanların yemekle olan ilişkisi, başlangıçta hayatta kalma amacıyla gelişmişken, zamanla kültürel, sosyal ve estetik unsurlar eklenerek farklı anlamlar kazanmıştır (Yerlikaya, 2016).

İnsanlık, başlangıçta hayatta kalmak için yemekle ilişkisini sürdürmek zorundayken, bu ilişki zamanla biyolojik bir ihtiyacın ötesine geçerek, toplumların kültürel yaşamlarını etkileyen bir unsur haline gelmiştir. Tarihsel dönemde insanlar yaşamış oldukları toplumlara ait kuralları, kültürleri ve geleneklerine göre yeme içme şekillerini oluşturmuşlardır (Özdemir & Öncel, 2019). İnsanın var olan güzellikleri daha güzel gösterme isteği her alanda kendini belli etmektedir. Teknolojinin bugüne kadar olan yaşamda önemli bir yer kaplaması ile bu isteklerini gösterme şekillerinde farklılıklar gözlemlenmeye başlanmıştır. Fotoğrafın icat edilmesi ile ortaya yeni teknikler ve fotoğraf alanları çıkmıştır. Bu alanlardan biri de yemek fotoğrafçılığı olmuştur (Sosef, 2019).

Yemek yeme gereksinimi insanlık tarihi kadar eskiye dayanmaktadır (Gürhan, 2017). Toplumların beslenme alışkanlıkları yaşadıkları kültürlerden etkilenmektedir. İnsanın yaşadığı topluma, değerlerine ve kültürlerine göre beslenme gereksinimleri şekillenmektedir (Özdemir & Öncel, 2019). Bununla birlikte yeme içme faaliyetleri, farklı kültürlerin bir araya gelerek etkileşimde bulunmasında ve kültürel alışverişin sağlanmasında bütünleştirici bir rol oynamaktadır (Pekyaman vd., 2008). Bireylerin içgüdüleri doğrultusunda şekillenen kültürel deneyimlerini diğer topluluklara ve gelecek kuşaklara aktarma isteği, tarih boyunca çeşitli biçimlerde kendini göstermiştir. İlk dönemlerdeki topluluklar, yaşamlarının önemli yönlerini sembollerle ifade ederek mağara duvarlarına resmetmişlerdir. Bu durum insanları ortak noktada buluşturan bir unsur olan yiyeceğin, insanlık tarihinde ilk kez duvar çiziminde yer almasına da yansımıştır. Bu çizimler, insanların kendi düşüncelerini ve hayatlarında önemli bir yer tutan olayları aktarma sürecinin bir parçasıdır (Budak, 2015).

Duvardaki çizimlerde yer alan yiyecek figürleri, ilk çağlardan itibaren sanatın önemli bir unsuru haline gelmiş ve farklı dönemlerde birçok sanat eserinde kendine yer bulmuştur. Bunun en açık örneği natürmortlardır.

İnsanın güzeli daha güzel yapma arzusu, tarihin her döneminde var olmuş ve bu istek hiçbir zaman azalmamıştır. Teknolojinin ve pek çok daha yeniliğin yaşamımızda yer almasıyla beraber bu aktarım biçimleri de değişmeye devam etmektedir. Yemek fotoğrafları, yiyeceğin görsel çekiciliğini ön plana çıkararak insanların dikkatini çekme görevini üstlenmiştir. Bu fotoğraflar, yemek dergilerinde, tarif kitaplarında tanıtım aracı olarak kullanılmıştır (Özdoğan, 2014). Restoran menülerinde veya kataloglarda yer alan yakın plan yemek fotoğrafları, yemeğin yalnızca bir ihtiyaç olmanın ötesinde arzu edilen bir nesne haline gelmesine yardımcı olan iştah açıcı özelliklerini ön plana çıkarmaktadır. Bu tür görüntülere "food porn" adı verilir. Food porn, estetik açıdan mükemmel bir sunum arayan ve iştah uyandıran yakın çekimlerle sergilenir. Bu terim, yemeğin içindeki malzemelerin ayrıntılı bir şekilde gösterilmesi amacıyla kullanılmaktadır (Sabbag, 2014).

Günümüzde gastronomi alanında görselliğin önemi giderek artmakta ve yiyeceklerin yalnızca beslenme ihtiyacını karşılayan unsurlar olmanın ötesine geçerek estetik ve görsel bir deneyim haline geldiği görülmektedir. Özellikle dijital medya ve sosyal medya platformlarının yaygınlaşması, yiyeceklerin görsel sunumunun ve estetik algısının önemini daha da artırmıştır. Görsel kültür kuramına göre bireyler, günlük yaşamlarında karşılaştıkları görseller aracılığıyla anlam üretmekte ve tüketim davranışlarını bu görsel deneyimler doğrultusunda şekillendirmektedirler. Bu bağlamda yemek stilistiği ve yemek fotoğrafçılığı, yiyeceklerin estetik açıdan sunulmasını sağlayarak tüketici algısını ve gastronomik deneyimi etkileyen önemli unsurlar arasında yer almaktadır (Sabbag, 2014).

Gastronomi eğitimi alan öğrencilerin bu alanlara yönelik ilgi, kullanım ve bilgi düzeylerinin incelenmesi hem eğitim sürecinin geliştirilmesi hem de gastronomi sektöründe artan görsellik odaklı yaklaşımların anlaşılması açısından önem taşımaktadır. Bu nedenle, yemek stilistiği ve yemek fotoğrafçılığına yönelik öğrencilerin farkındalık ve ilgilerinin belirlenmesi, gastronomi eğitiminin geleceğine yönelik önemli veriler sunabilecek niteliktedir. Bu araştırma, Türkiye'deki üniversitelerde Aşçılık ile Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerin yemek stilistiği ve yemek fotoğrafçılığına yönelik ilgi düzeylerini, bu alanlardaki kullanım pratiklerini ve konuya ilişkin bilgi seviyelerini incelemeyi amaçlamaktadır. Gastronomi alanında görsellik ve sunum unsurlarının giderek daha fazla önem kazanması, yemek stilistiği ve fotoğrafçılığı konularının akademik ve sektörel açıdan ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Ayrıca, gastronomi öğrencilerinin yemek stilistiği konusundaki bilgi ve uygulama düzeylerini inceleyen araştırmalar oldukça sınırlıdır.

Bu doğrultuda araştırmanın, söz konusu alanlara yönelik öğrencilerin farkındalık ve ilgi düzeylerini ortaya koyarak mevcut durumun değerlendirilmesine katkı sağlaması hedeflenmektedir. Ayrıca çalışmanın, yemek stilistiği ve fotoğrafçılığı alanlarında yaşanan bilgi eksikliğinin giderilmesine katkıda bulunması ve gastronomi literatürüne yeni bir bakış açısı kazandırması beklenmektedir. Bununla birlikte elde edilen bulguların hem eğitim kurumlarına hem de sektör profesyonellerine yol gösterici nitelikte olacağı düşünülmektedir.

2. Yemek Stilistiği Tanımı ve Amacı

Yemek stilistiği tarihi 1950'li yıllara kadar dayanan, ev ekonomisi eğitimi almış kişilerin yiyecek ve içeceklerin resimlerini çizerek dergilerde veya yiyecek işletmelerinin test mutfaklarında resmedilmesi olarak ifade edilmiştir (Custer, 2010; Özdoğan, 2014). Yiyecek ve içecek çeşitliliğinin artması, sektörde doğal ve samimi görünüme sahip fotoğrafların önemini artırmıştır. Bu durum, tüketicilerin daha gerçekçi ve içten sunumlara yönelmesini teşvik etmekte ve markaları da bu beklentilere uyum sağlamaya zorlamaktadır. Buradan hareketle tüketiciler çoğu zaman yiyecek ve içecek tercihlerinde, farklı birçok çeşitte ürün olması sebebiyle karar vermede zorlanmaktadırlar. Bu karışıklık içerisinde gözlerine hoş gelen ve iştah açıcı bir görünüme sahip ürünleri tercih etmektedirler (Valdo, 2010).

Yemek stilistiği, genellikle şefler tarafından hazırlanmış olan yemeklerin, stüdyo ortamında estetik bir masa düzeni üzerinde, göze hoş gözüken tabaklar ile sunulması ve fotoğraflanması olarak düşünülmektedir

(Özdoğan, 2016). Fakat bu durum, gerçekte çok daha geniş bir beceri gerektiren bir meslektir. Bu beceriler arasında planlı bir şekilde hareket etmek, isteklere hazırlıklı olmak, alışveriş sürecini mantıklı bir şekilde yönetmek, fotoğraf çekimlerinde kullanılacak yardımcı malzemeler ve ekipmanları seçmek gibi önemli adımlar yer almaktadır (Bellingham & Bybee, 2008).

Yemek stilistliği yapan kişiler, yiyecek ve içecekleri görsel açıdan daha cazip hale getiren uzmanlardan oluşmaktadır (Vivaldo, 2010). Bu uzmanların, aşçı gibi yemek pişirme tekniklerine hâkim olmakla birlikte, aynı zamanda yiyeceklerdeki renk uyumunun görsel dengesi hakkında da derin bilgilere sahip olmaları elzemdir (Young, 2016). Bir yemek stilistinin ana amacı, yemeğin belli aşamalarda (taşıma, saklama ve pişirme) muhafaza edilemeyerek zarar gören görüntüsünü, tabaklama sırasında doğal veya yapay tekniklerle iyileştirerek, fotoğraflarda daha iştah açıcı ve göz alıcı bir hale getirmektir (Gutiérrez, 2014). Bu hedefe ulaşmak için farklı teknikler uygulanmaktadır. Örneğin, yeşil sebzelerin haşlanması ardından renklerinin korunması amacıyla buzlu suya aktarılması, makarnaların ise haşlandıktan sonra pişme sürecinin durdurulması ve hamurlaşmalarının önlenmesi için geniş kaplara veya buzlu suya yerleştirilmesi tercih edilmektedir (Ferroni, 2012).

2.1. Yemek Stilistliğinin Tarihsel Süreci

Yiyeceklerin görsel olarak süslenmesi ve daha çekici bir hale getirilmesi gerektiği görüşü, günümüzde sosyal medya, reklamlar, dergiler ve yemek kitapları sayesinde popülerleşmiş olsa da bu uygulamanın köklü bir geçmişi bulunmaktadır. Tarihsel olarak incelendiğinde, yemeklerin gösterişli sunumları geçmişte zenginlik ve güç göstergesi olarak kullanılmıştır (McBride, 2010). Roma antik döneminde, ziyafetler sıradan yemeklerden ibaret olmayıp, genellikle herkesin erişemeyeceği şekilde özenle hazırlanmış pahalı ve nadir yiyeceklerle süslenmiştir. Bu ziyafetlerde, maliyeti yüksek ve görsel olarak etkileyici yiyecekler arasında yaban domuzu, nadir bulunan balık çeşitleri ve egzotik meyveler bulunmaktadır (Nagy, 2005).

Orta çağda aristokratlar, özel misafirlerini etkilemek için ziyafetlerinde bazı sanatçıları yemeklerden heykeller yapmaları için görevlendirmişlerdir. Bu dönemde, kekler, renkli jölelerle kaplanmış turtalar masada en çok tercih edilen yiyecekler arasında yer alıyordu (Clark, 1975). Ancak çağdaş dönemde, geçmişte yemekle temsil edilen zenginlik ve gösteriş anlayışı, yerini toplumsal estetik inançlara bırakmıştır. Yiyecek çeşitliliğinin artmasıyla, bir zamanlar yalnızca üst sınıfa ait olan şatafatlı ve lüks yiyecekler, artık sıradan halk kitleleri için de tüketilebilir yiyecekler haline gelmiştir (Johnston & Baumann, 2007).

2.2. Öne Çıkan Yemek Stilistleri

Teknolojideki gelişmelerle birlikte yaygınlaşan sosyal medya ile daha da popüler hale gelmeye başlayan ve günümüzde, birçoğu kariyerlerine yemek bloglarıyla devam eden en tanınmış yemek stilistleri, şu anda en bilinen yemek markaları ile iş birliği yapmaktadır (Vivaldo, 2010).

2011 yılından bu yana düzenlenen "Pinklady Food Photographer of The Year" adlı yarışma, dünya genelinde yemek fotoğrafçılığı ve stilistliği alanında her yıl en başarılı eserleri ödüllendirmektedir. Farklı kategorilerde düzenlenen bu yarışma, yiyeceklerin estetik açıdan en etkileyici şekilde sunulmasını hedefleyen yemek stilistleri ve fotoğrafçıların yaratıcılıklarını sergiledikleri prestijli bir ortam haline gelmiştir. Değişik kategorilerin yer aldığı ve 2020 yılında gerçekleştirilen yarışmada, en iyi yemek stilistliği ödülü, Nicole Herft tarafından gerçekleştirilen tabak adlı sunumlarına verilmiştir (Sartaş & Sormaz, 2023).



Görsel 1. Nicole Herft' in Çalışmaları

Kaynak: (<https://www.styledepartment.co.uk/prop-and-set-styling/>)

2.3. Yemek Stilistliğinde Kullanılan Ekipmanlar

Yemek stilistleri, tabak ve bardaklarda sergileyecekleri yiyecek ve içecekleri hazırlarken belirli alet ve malzemelere ihtiyaç duymaktadır. Bu aletler, stilistin çalışmalarını daha düzenli, kolay ve pratik bir şekilde yapmasına yardımcı olmaktadır. Yemek stilistliğinde sıkça kullanılan bazı temel alet ve malzemeler aşağıda sıralanmıştır (Bellingham & Bybee, 2008; Young, 2016; Sarıtaş & Sormaz, 2023). Görsel 1.2.'de yemek stilistliğinde kullanılan ekipmanların bir kısmı yer almaktadır.



Görsel 2. Yemek Stilistliğinde Kullanılan Ekipmanlar

Kaynak: (Bellingham & Bybee, 2008)

Tahta ve metal şişler: Yaygın olarak şiş kebab hazırlarken tercih edilen metal malzemeden yapılan şişler, ısıtılarak iri et parçalarının ızgara görünümünü daha belirgin hale getirmek amacıyla kullanılmaktadır.

Gliserin: Meyvelerin üzerindeki su damlacıklarının görüntüsünü daha kalıcı hale getirmek için kullanılmaktadır.

Kürdan: Özellikle hamburger veya pankek gibi yığınlar için ideal bir sunum yüzeyi sağlayan kürdan, tabak bulunan öğelerinin birbirine tutturulmasına yardımcı olur ve sunumun düzenli ve estetik bir görünüm kazanmasına katkı sağlamaktadır.

Damlalık: Yiyeceklerin üzerine sıvı damlatırken veya fazla suyun yemekten alınırken kullanılmaktadır.

Piping jel: Sosların daha parlak gözükmesinin yanında yemeklerin daha pürüzsüz bir yüzeydeymiş gibi gösterilmesini sağlayan bir jeldir.

Küçük makaslar: Yemek stilistinin görevi detaya girmektir. Bu sebeple küçük ve hassas yapıya sahip yiyecekleri kesmede makaslar tercih edilmektedir.

Cımbızlar: Yemek stilistliği araç gereçleri arasında bulunması gereken en önemli materyallerden biri olan cımbız, garnitürleri hassas bir biçimde konumlandırmak için kullanılmaktadır. Özellikle pilav, makarna ve diğer yemeklerin üzerini süslemek için kullanılan bezelye, havuç gibi garnitürlerin düzenli ve uyumlu bir şekilde yerleştirilmesini sağlamaktadır.

Şıngalar: Kesme veya şekillendirme gibi işlemlerde olduğu gibi, ketçap veya mayonez gibi sosları uygularken de kontrol önemlidir ve bu işlemde kullanılan materyaller büyük önem taşımaktadır.

3.Yemek Stilistliğinde Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar

Yemek stilistliğinde en kritik unsur, oluşturulacak sunumun her daim tüketicinin isteğine hitap edecek şekilde tasarlanmasıdır. Bu durum dikkate alınmazsa, tüketiciye hitap etmeyen bir sunumun hazırlanması, fotoğrafın çekilme amacını yerine getirmediğinden süreç içerisindeki bazı adımların hatalı olması başarısızlığa sebep olmaktadır (Ferroni, 2012).

3.1. Pişirme Öncesi Planlama Süreci

Yemek stilistinin yemek hazırlıklarına başlamadan önce göz önünde bulundurması gereken en önemli hususlardan birisi, fotoğraf çekimi için detaylı bir planlama yapılmasıdır (Carafoli, 2003). Yemeğin hazırlanmasına başlamadan önce, kullanılacak ekipmanların yanı sıra hangi pişirme tekniklerinin kullanılacağı, yemeğin pişme süresi ve sunumu için tercih edilecek tabakları belirlemesi gerekmektedir (Carafoli, 2003).

3.2. Sadece Görsel Amaçlı Yemek Hazırlamak

Yemek stilistliğindeki en önemli unsur, fotoğraf çekimi için hazırlanan ürünlerin tüketim amaçlı olduğunun bilinmesi gerekmektedir. Çekim için hazırlanan yiyecekler, hazırlanma yöntemleri ya da üzerine uygulanan işlemler nedeniyle tüketilemez hale gelmektedir. Tabakta bulunan yiyeceklerin asıl amacı, tüketiciyi etkileyerek iştahını harekete geçirmektir. Bu durum stilistlerin yemeklerin görselliğine odaklanmalarını elzem hale getirmektedir (Bellingham & Bybee, 2008).

3.3. Yemek Fotoğraflarında Hareketlilik

Yemek fotoğraflarında hareketlilik unsurunu yansıtmak için genelde fotoğraf makinesinin ayarları kullanılmaktadır. Ancak, yemek stilisti sunumda kullanacağı çeşitli unsurlarla eğrisel çizgiler oluşturarak fotoğrafa dinamik bir hava katmaktadır (Young, 2016).



Görsel 3. Yemek Fotoğrafında Hareketlilik Hissi

Kaynak: (<https://www.taneroralalp.com/blog/yemek-fotografinda-hareket>)

3.4. Renklerin Canlılığını Korumak

Yemek stilistinin tasarladığı ürünlerde, görsel ince ayrıntılara gösterilen dikkat tabaktaki tasarım başarısını arttırmaktadır. Bilhassa hazırlanan yemeklerdeki fotoğrafçının dikkatini ilk çeken unsurlar arasında yiyeceklerin rengi yer almaktadır. Bu sebeple, bir yemek stilisti yiyeceklerin renklerini canlı tutmak ve bu renklerin uyumunu sağlamak konusunda bilgi sahibi olmalıdır (Bellingham & Bybee, 2008).

4. LİTERATÜR TARAMASI

Chun vd., (2011), yaptıkları araştırmada, aşçılar için menü geliştirme sürecinde yemek stilistliğinin kullanılmasının ve tanınmasının performans üzerindeki faydalı etkilerini ele almayı amaçlamışlardır. Yapılan anket değerlendirilmesi sonucunda ise yemek stilistliğinin yalnızca görsel bir sanat olmadığını, aynı zamanda aşçıların profesyonel başarısına katkıda bulunan önemli bir araç olduğunu vurgulamıştır.

Liu vd. (2013), yaptığı araştırmada bireylerin çevrim içi yemek fotoğrafçılığı etkinliklerine katılım motivasyonları ele alınmıştır. Kişisel kimlik, çalışma, eğlence ve sosyal etkileşim faktörlerinin çevrimiçi yemek fotoğrafçılığında ana etkenler olduğu gözlemlenmiştir. Sonucunda ise sosyal medyada aktif olan bireyler için yemek görsellerinin onları yenilik ve bilgi edinme açısından etkilediği, bu kişilerin yeni yemek tecrübeleri için seyahat etme eğiliminde oldukları yeni yerler arama ihtimallerinin daha fazla olduğu ve seyahat etmeyi düşündükleri yerlerin yemek fotoğrafçılığı açısından büyük bir etkisinin olduğu gözlemlenmiştir.

Bekar & Karakulak (2016), araştırmasında, yiyecek ve içecek stilistliği ile fotoğrafçılığının tanımını yaparak bu alanda kullanılan ana unsurları incelemeyi hedeflemiştir. Yiyecek ve içecek stilistliği ve fotoğrafçılığının ne olduğu tanımlanarak kullanılan araç, gereç ve ekipmanlar tanıtılmış ve yiyecek içecek sektörü için önemi değerlendirilmiştir.

Uçuk (2017), çalışmasında, tabak tasarım ilkelerini inceleyerek başarılı bir tabak sunumunun nasıl olması gerektiğini detaylı bir şekilde açıklamıştır. Çalışmanın sonucunda, iyi bir tabak sunumu için tasarım sürecinde şu sorulara yanıt verilmesi gerektiği belirtilmiştir: "Tabak kim için tasarlanıyor?", "Tabakta hangi yemek sunulacak?" ve "Tabakta sunulması planlanan yemek nasıl yapılır?". Bu sorulara verilen yanıtlar, tabak tasarımının hem estetik açıdan hem de işlevsel açıdan başarılı olmasına katkıda bulunmaktadır.

Özdemir & Altiner (2019), bu çalışmada, gastronomi ve mutfak sanatları biliminin giderek artan önemi doğrultusunda yemek fotoğraflarının sanatsal katkılarının incelenmesi amaçlanmıştır. Gastronomi alanının sanat tanımını içerdiğini ve sanatta görsellik ile estetik hazzın önemli bir yer tuttuğu sonucuna varılmıştır.

Demirel & Karanfiloğlu (2020), sosyal medyada paylaşılan yemek fotoğraflarının, bireylerin kimlik inşasında önemli bir araç haline geldiği çeşitli araştırmalarla tespit edilmiştir. Yemeğin sadece bir besin kaynağı değil, aynı zamanda statü, gösteriş ve imaj nesnesi olarak da kullanıldığını ortaya koymuşlardır.

İflazoğlu & Ünlüönen (2020), yaptıkları araştırmada, sosyal medyada gösteriş amaçlı paylaşılan fotoğraflarda tüketim boyutunun incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre büyük çoğunluğunun sosyal medyayı yemek temalı paylaşımlar üzerinden gösterişçi tüketim amacıyla kullanmadıkları gözlemlenmiştir.

Kılıç & Demir (2021), yaptıkları araştırmada, Instagramda yemek fotoğraflarının paylaşılarak yiyecek içecek işletmesi üzerindeki etkisi gözlemlenmiştir. Instagramda yiyeceklerin fotoğraflanmasının yiyecek içecek işletmesi üzerinde olumlu etki gösterdiği ve özel anları hatırlama konusunda ise nesiller arasında farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir.

Sarıtaş (2022), yaptığı çalışmada, mutfak yöneticilerinin yemek fotoğrafçılığı konusundaki bilgi düzeylerinin büyük ölçüde genel geçer bilgilerle sınırlı kaldığını belirtmiştir. Yiyecek stilistliği konusundaki ilgi, kullanım durumlarının yemek fotoğrafçılığından daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır.

Aşağıda yemek stilistliği ile ilgili hipotezler yer almaktadır.

H₁: Sınıf düzeyi ile yemek stilistliğine duyulan ilgi arasında anlamlı fark vardır.

H₂: Yemek stilistliği kullanım durumu ile öğrencilerin okuduğu sınıf arasında anlamlı bir fark vardır.

H₃: Yemek stilistliğinde bilgi düzeyi ile öğrencilerin okuduğu sınıf arasında anlamlı bir fark vardır.

5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Çalışma, 11.08.2024 tarih ve 24 sayılı karar ile Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimleri Yayın Etik Kurulu tarafından etik açıdan onaylanmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçüm aracı, [Saritaş ve Sormaz \(2023\)](#) tarafından gerçekleştirilen “Mutfak Yöneticilerinin Yemek Stilistliği ve Fotoğrafçılığına Yönelik İlgi, Kullanım Durumları ve Bilgi Düzeyleri: İstanbul Örneği” başlıklı tez çalışmasından e-posta yoluyla temin edilmiştir. Söz konusu çalışmadan elde edilen veri seti Likert tipi derecelendirme ölçeğine dayanmayan bir yapıya sahip olduğundan, ölçeğin iç tutarlılığını belirlemeye yönelik Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı hesaplanamamıştır. Ayrıca temin edilen çalışmada da ölçüm aracının güvenirlik analizine ilişkin herhangi bir bilgiye yer verilmemiştir.

Bununla birlikte, araştırmada kullanılan veri setinin yapısı ve örneklem özellikleri dikkate alındığında, ölçeğin faktör yapısını incelemeye yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) veya Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uygulanmasına uygun bir veri yapısı bulunmamaktadır. Bu nedenle ölçüm aracına yönelik faktör analizi gerçekleştirilememiştir. Araştırmada kullanılan ölçek, katılımcıların yemek stilistliği ve yemek fotoğrafçılığına yönelik ilgi, kullanım ve bilgi düzeylerini belirlemeye yönelik betimleyici bir ölçüm aracı olarak değerlendirilmiştir ([Saritaş & Sormaz 2023](#)).

5.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmada, belirlenen amaçlara ulaşabilmek için nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nicel araştırma, ölçme ve gözleme dayalı, tekrarlanabilir ve objektif bir yaklaşım olup, verilerin sayısal olarak analiz edilmesini ve belirli gruplar hâlinde sınıflandırılmasını mümkün kılmaktadır ([Johnson & Christensen, 2008](#)). Bu bağlamda, araştırma katılımcılarının yemek stilistliği ve fotoğrafçılığına yönelik tutum, davranış ve bilgi düzeylerinin ölçülmesi için tarama yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini, Türkiye’deki üniversitelerde öğrenim gören açıcılık ile gastronomi ve mutfak sanatları öğrencileri oluşturmaktadır. Bu üniversiteler, devlet veya özel fark etmeksizin, katılımcılara ulaşımın kolaylaştırılması ve verilerin güvenilirliğinin artırılması amacıyla seçilmiştir. Örneklem, 2024 yılında çevrimiçi ortamda uygulanan anket yoluyla belirlenmiş ve toplam 502 katılımcıya ulaşılmıştır.

Çalışmada kolayda örneklem yöntemi tercih edilmiştir; bunun gerekçesi, öğrencilerin farklı üniversitelere dağılmış olmaları ve anket uygulamasının çevrimiçi olarak gerçekleştirilmesinin zorunlu olmasıdır. Örneklemdeki öğrencilerin sınıf, yaş ve cinsiyet dağılımları kayıt altına alınmış, böylece örneklem heterojen yapısı ve temsiliyet düzeyi şeffaf bir biçimde sunulmuştur. Örneklem büyüklüğünün yeterliliği istatistiksel güç kriterleri ve güvenirlik açısından değerlendirilmiş olup, elde edilen 502 katılımcının araştırmanın amaçlarına uygun ve güvenilir sonuçlar üretecek düzeyde olduğu sonucuna varılmıştır. Bu yaklaşım, araştırmanın bulgularının yalnızca örneklemle sınırlı kalmayıp, daha geniş öğrenci gruplarına genellenebilirliğini desteklemektedir.

5.2. Verilerin Analizleri

Araştırma kapsamında elde edilen veriler istatistiksel analiz programı kullanılarak değerlendirilmiştir. Katılımcılara ait demografik özelliklerin belirlenmesi amacıyla frekans ve yüzde dağılımları hesaplanmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri ile yemek stilistliği ve yemek fotoğrafçılığına yönelik ilgi ve kullanım durumları arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla ki-kare (χ^2) bağımsızlık testi uygulanmıştır. Ki-kare analizi, kategorik değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla tercih edilmiş olup, elde edilen sonuçlar %95 güven düzeyinde ($p<0,05$) değerlendirilmiştir. Analiz sonuçları tablolar hâlinde sunularak yorumlanmış ve değişkenler arasındaki anlamlı farklılıklar belirlenmeye çalışılmıştır.

5.3. Verilerin Sınırlılıkları

Aşçılık ve gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin yemek stili ve fotoğrafçılığına yönelik bilgi ve ilgi düzeyleri farklılık gösterebilir, bu da araştırmanın genellenebilirliğini sınırlayan bir faktördür. Ayrıca, veri toplama sürecinde kullanılan anket ve görüşme yöntemleri, katılımcıların subjektif görüşlerine dayandığı için yanlılık ve sosyal istene bilirlilik etkisi gibi sınırlamalara tabi olabilir.

6. BULGULAR

Tablo 1. Demografik Bilgiler

Demografik Özellik	Değişken	Sayı	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	339	67,7
	Erkek	162	32,3
Yaş	18 yaş ve altı	68	13,6
	19-20 yaş	115	23,0
	21 yaş ve üzeri	318	63,5
Sınıf	1.Sınıf	64	12,8
	2.Sınıf	120	24,0
	3.Sınıf	110	22,0
	4.Sınıf	207	41,3

Bu bölümde Öğrencilerin cinsiyet, yaş, sınıf ve eğitim düzeyine ait verileri yer almaktadır. Tablo 1’de belirtildiği üzere çalışma 502 kişiden oluşmaktadır. Bunlardan %67,7’si (339) kadınlardan, %32,3’ü (162) ise erkeklerden oluşmaktadır. Çalışmaya katılanların çoğu kadınlardan oluşmuştur. Yaşa bakıldığında ise %13,6 (68) 18 yaş ve altı, %63,5 (318) 21 yaş ve üzeri, %23,0 (115) 19-20 yaş olmak üzere çoğunluğu 21 yaş ve üzeri katılımcılar oluşturmuştur.

Tablo 2. Yemek Stili ve İlgili Durumu

	1. Sınıf		2. Sınıf		3. Sınıf		4.Sınıf		Toplam		Chi-Square	P
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Evet	41	64,1	78	65,0	69	62,7	162	78,3	350	69,9	11,964	,008
Hayır	23	35,9	42	35,0	41	37,3	45	21,7	151	30,1		
Toplam	64	100,0	120	100,0	110	100,0	207	100,0	501	100,0		

Tablo 2 incelendiğinde, öğrencilerin %69,9’unun yemek stili ile ilgilendiğini (evet), %30,1’inin ise ilgilenmediğini (hayır) ifade ettiği görülmektedir. Sınıf değişkenine göre yapılan incelemede, yemek stili ile ilgilenen öğrencilerin en yüksek oranla (%78,3) 4. sınıf öğrencileri arasında yoğunlaştığı tespit edilmiştir. İstatistiksel analizler sonucunda, öğrencilerin yemek stili ile ilgilenme durumunun sınıflar arasında anlamlı bir farklılık gösterdiği bulunmuştur ($p = 0,008 < 0,05$). Bununla birlikte örnekleme 4. sınıf öğrencilerinin sayısının diğer sınıflara göre daha fazla olması, bu sonucun yorumlanmasında dikkat edilmesi gereken bir durum olarak değerlendirilmektedir. Bu sonuç, öğrencilerin eğitim süreçleri ilerledikçe yemek stili konusuna olan ilgilerinin arttığını göstermektedir. Özellikle üst sınıflarda alınan uygulamalı dersler ve sektör deneyimi bu ilginin artmasında etkili olabilir.

Tablo 3. Yemek Stili ve Bilgi Düzeyi

	1. Sınıf		2. Sınıf		3. Sınıf		4.Sınıf		Toplam		Chi-Square	P
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Otel/Restoranın eğitimlerinden	22	34,4	17	14,2	13	11,8	32	15,5	84	16,8	26,243	,010
Otel/Restoran dışı eğitim programlarından	13	20,3	21	17,5	25	22,7	31	15,0	90	18,0		
Otel/Restorandaki aşçılardan	8	12,5	20	16,7	15	13,6	31	15,0	74	14,8		
İnternet üzerinden (bloglar, instagram vs.)	20	31,2	60	50,0	54	49,1	101	48,8	235	46,9		
Çeşitli kitaplardan	1	1,6	2	1,7	3	2,7	12	5,8	18	3,6		
Toplam	64	100,0	120	100,0	110	100,0	207	100,0	501	100,0		

Tablo 3 incelendiğinde öğrencilerin yemek stilistliği alanındaki gelişmeleri ve sektördeki yeni trendleri en çok internet üzerinden (bloglar, Instagram vb.) (%46,9) takip ettikleri görülmektedir. Bunu sırasıyla otel/restoran dışı eğitim programları (%18,0), otel/restoran içi eğitimler (%16,8), otel/restorandaki aşçılar (%14,8) ve çeşitli kitaplar (%3,6) izlemektedir.

Sektördeki son gelişmeler ve yenilikler sınıfa göre incelendiğinde ise ‘‘ İnternet üzerinden (bloglar, instagram vs.)’’ en fazla %50,0 ile 2. sınıflar arasında olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen veriler ışığında yapılan ki-kare analiz sonuçlarına göre değerlendirildiğinde öğrencilerin yemek stilistliği konusundaki gelişmeleri ve sektördeki yeni trendleri takip etmesine ilişkin sınıflar arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir ($p = 0,010 < 0,05$). Sınıflar arası bu soru anlamlı görülmüştür, yani fark 2. sınıflar arasında tespit edilmiştir. Bu sonuç, öğrencilerin eğitim sürecinde ilerledikçe bilgi edinme kaynaklarının çeşitlendiğini ve özellikle dijital kaynaklara yönelimin arttığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte elde edilen bulgular gastronomi eğitiminde yemek stilistliği konusunun kurumsal eğitim programlarında yeterince sistematik bir şekilde ele alınmadığını da düşündürülebilir. Öğrencilerin büyük bölümünün bilgiyi dijital ortamlardan edinmesi, bu konunun akademik müfredatta sınırlı yer bulduğuna işaret edebilir.

Tablo 4. Yemek Stilistliği Kullanım Durumu

	1. Sınıf		2. Sınıf		3. Sınıf		4. Sınıf		Toplam		Chi-Square	P
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Evet	50	78,1	79	65,8	71	64,5	152	73,4	352	70,3	5,735	,125
Hayır	14	21,9	41	34,2	39	35,5	55	26,6	149	29,7		
Toplam	64	100.0	120	100.0	110	100.0	207	100.0	501	100.0		

Tablo 4 incelendiğinde, öğrencilerin hazırlanan tabaklarda yemek stilistliği tekniklerine dikkat edilmesine yönelik görüşlerinin %70,3’ünün ‘‘evet’’, %29,7’sinin ise ‘‘hayır’’ şeklinde olduğu görülmektedir. Bu bulgu, öğrencilerin büyük bir kısmının yemek stilistliği tekniklerine dikkat edilmesi gerektiğini düşündüğünü göstermektedir.

Sınıf düzeyine göre yapılan incelemede, hazırlanan tabaklarda yemek stilistliği tekniklerine dikkat edilmesi gerektiğini düşünen öğrencilerin en yüksek oranda %78,1 ile 1. sınıf öğrencileri arasında yer aldığı tespit edilmiştir. Ancak yapılan ki-kare analizi sonuçlarına göre öğrencilerin sınıf düzeyleri ile hazırlanan tabaklarda yemek stilistliği tekniklerine dikkat edilmesi konusundaki görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p = 0,125 > 0,05$). Bu bulgu, yemek stilistliği tekniklerinin kullanımının öğrencilerin sınıf düzeyinden bağımsız olarak benzer şekilde gerçekleştiğini göstermektedir. Dolayısıyla öğrencilerin teknikleri kullanma oranının yüksek olmasına rağmen sınıf düzeyine bağlı bir gelişim göstermemesi, gastronomi eğitiminde bu alanın pedagojik olarak yapılandırılmadığına işaret eden bir bulgu olarak değerlendirilebilir.

7. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Yiyecek ve içecek stilistliği ile fotoğrafçılığı günümüzde gastronomi sektöründe profesyonel bir faaliyet alanı olarak önemli bir yer edinmiştir. Yemek kitaplarından restoran menülerine, işletmelerin web sitelerinden sosyal medya paylaşımlarına kadar birçok platformda stilist ve fotoğrafçıların katkıları görülmektedir. Bu alanda başarılı olabilmek için yaratıcılık önemli bir unsur olmakla birlikte, yiyecek ve içeceklerin fiziksel ve kimyasal özelliklerinin bilinmesi de görsel açıdan etkileyici sunumların hazırlanmasında belirleyici rol oynamaktadır.

Araştırma bulguları doğrultusunda katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, yemek stilistliği ve fotoğrafçılığa yönelik ilginin özellikle 4. sınıf öğrencileri arasında daha yüksek olduğu görülmüştür. Bununla birlikte örnekleme yaş, cinsiyet ve diğer demografik değişkenlerin eşit dağılmaması nedeniyle bu durumun yalnızca sınıf düzeyine veya cinsiyete bağlı bir farklılık olup olmadığı kesin olarak ifade edilememektedir. Bu nedenle öğrencilerin ilgi düzeylerine ilişkin değerlendirmelerde örneklem dağılımının dikkate alınması önem taşımaktadır.

Araştırma kapsamında yapılan analizler sonucunda, yemek stilistliği ile ilgilenme durumunun sınıf düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiş ve bu doğrultuda H1 hipotezi kabul edilmiştir. Buna karşılık, öğrencilerin yemek stilistliği tekniklerini kullanma durumlarının sınıf düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiş ve bu nedenle H2 hipotezi reddedilmiştir. Bu bulgu, öğrencilerin yemek stilistliğine ilgi duymalarına rağmen uygulama aşamasında bu teknikleri yeterince kullanmadıklarını göstermektedir.

Araştırmada elde edilen bir diğer önemli bulgu, öğrencilerin yemek stilistliği alanındaki gelişmeleri ve sektördeki yeni trendleri büyük ölçüde internet üzerinden takip ettikleridir. Bu durum, dijital platformların gastronomi alanındaki bilgi paylaşımı ve mesleki gelişim açısından önemli bir kaynak haline geldiğini göstermektedir.

Elde edilen bulgular literatürde yer alan bazı çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Örneğin [Bekar ve Karakulak \(2016\)](#), yiyecek ve içecek stilistliği ile fotoğrafçılığının gastronomi sektöründe önemli bir rol oynadığını vurgulamış ve bu alanda kullanılan araç ve tekniklerin sektörel uygulamalar açısından önemini ortaya koymuştur. Benzer şekilde Sarıtaş (2022), tarafından yapılan çalışmada, mutfak yöneticilerinin yemek fotoğrafçılığına ilişkin bilgi düzeylerinin çoğunlukla genel bilgilerle sınırlı kaldığı belirtilmiştir. Bu durum, çalışmamızda elde edilen bulgularla paralellik göstermektedir.

Bu araştırma, gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin yemek stilistliği ve fotoğrafçılığına yönelik ilgi, kullanım ve bilgi düzeylerini ortaya koyarak alandaki durumun belirlenmesine katkı sağlamaktadır. Özellikle gastronomi eğitimi alan öğrencilerin bu konulara yönelik farkındalık düzeylerinin incelenmesi, eğitim programlarının geliştirilmesi açısından önemli veriler sunmaktadır.

Araştırma bulguları gastronomi ve aşçılık öğrencilerinin yemek stilistliğine belirli bir ilgi ve farkındalık düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte öğrencilerin bilgi edinme süreçlerinde dijital kaynakların belirleyici olduğu ve akademik kaynakların görece sınırlı düzeyde kullanıldığı görülmektedir. Bu durum gastronomi eğitiminde yemek stilistliği konusunun daha sistematik bir şekilde ele alınması gerektiğini göstermektedir. Özellikle görsel sunum, tabak tasarımı ve gastronomik estetik konularının ders içeriklerine daha güçlü bir biçimde dahil edilmesi, öğrencilerin bu alandaki bilgi ve becerilerini geliştirebilir. Ayrıca akademik kaynak kullanımının teşvik edilmesi, öğrencilerin yemek stilistliği konusunu yalnızca uygulama değil aynı zamanda kuramsal bir perspektifle değerlendirmelerine katkı sağlayacaktır.

Çalışmada, yemek stilistliği ve fotoğrafçılığına ilişkin verilerden derlemeler yapılmıştır. Böylece yemek stilistliği ve fotoğrafçılığının az bulunması sebebiyle alan yazına katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

Araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda, aşağıdaki öneriler sıralanabilir:

- Yemek stilistliği ve fotoğrafçılığı alanlarında öğrencilere yönelik kapsamlı ve uygulamalı eğitim programları düzenlenmesi önemlidir. Bu tür programlar hâlihazırda bazı üniversitelerin Gastronomi ve Mutfak Sanatları ile Aşçılık bölümlerinde pilot uygulamalar veya seçmeli dersler kapsamında yer almakla birlikte, kapsamlı ve sistematik bir şekilde akademik müfredata entegre edilmesi gerekmektedir. Örneğin, öğrencilere hem teorik bilgiler sunan dersler (renk, kompozisyon, ışıklandırma gibi) hem de uygulamalı atölye çalışmaları (tabak düzenleme, yemek fotoğrafı çekimi) sağlanarak bilgi ve becerilerinin artırılması mümkündür. Bu tür uygulamalar, yemek fotoğrafçılığına olan ilginin artmasına katkıda bulunmakta ve öğrencilerin profesyonel beceriler kazanmalarına olanak tanımaktadır.

- Yemek stilistliği ve fotoğrafçılığı konularında ders içerikleri, modüler bir şekilde hazırlanarak öğrencilerin farklı seviyelerde eğitim alabilmesi sağlanmalıdır. Bu içerikler, başlangıç düzeyinden ileri düzeye kadar çeşitlendirilerek, öğrencilere ihtiyaçlarına göre özelleştirilmiş bir eğitim imkânı sunulmalıdır.

- Öğrencilerin, yemek stilistliği ve fotoğrafçılığı konularında daha fazla deneyim kazanabilmeleri için uygulamalı atölye ve çalıştaylar düzenlenmelidir. Bu etkinlikler, öğrencilerin alanındaki profesyonellerle doğrudan etkileşimde bulunmalarını sağlayacak ve sektördeki güncel trendleri takip etmelerine olanak tanıyacaktır.

• Yemek fotoğrafçılığı üzerine daha fazla akademik araştırma ve yayın yapılması teşvik edilmelidir. Bu alanda yapılacak bilimsel çalışmalar, yemek fotoğrafçılığının teknik ve estetik boyutları hakkında derinlemesine bilgi edinilmesine yardımcı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Bekar, A. & Karakulak, Ç. (2016). Yiyecek içecek stilistliği ve fotoğrafçılığı. *Akademik Bakış Dergisi*, 53(1), 104-113.
- Bellingham, J. & Bybee, J. A. (2008). *Food Styling for Photographers: A Guide to Creating Your Own Appetizing Art*. China: Focal Press.
- Budak, D. N. (2015). Sanat için yemek, yemek için sanat. <http://www.dunyagida.com.tr/kose-yazisi/sanat-icin-yemek-yemek-icin-sanat/1171> (Erişim Tarihi: 25.05.2020).
- Carafoli, J. F. (2003). Tempting the palate: The food stylist's art. *Gastronomica*, 3(2), 94-97.
- Chun, D., Kim, B. & Kang, K. (2011). Recognition and utility properties of menu development derived from the performance of food styling for cooks in a super deluxe hotel. *Journal of East Asian Society of Dietary Life*, 21(5), 771-778.
- Clark, P. P. (1975). Thoughts for food: French cuisine and French culture. *The French Review*, 49, 32-41.
- Custer, D. (2010). *Food Styling: The Art of Preparing Food for the Camera*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Demirel, G. & Karanfiloğlu, M. (2020). Sosyal medyada yemek fotoğraflarının kimlik inşası bağlamında tüketimi: Instagram örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 34, 236-259.
- Ferroni, L. (2012). *Food Photography: Pro Secrets for Styling, Lighting and Shooting*. New York: Sterling Publishing.
- Gutiérrez, C. N. E. (2014). The Food Styling Tool (Food Makeup) in the process production of a fast food campaign. Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Gürhan, N. (2017). Yemek ve din: Yemeğin dini simgesel anlamları üzerine bir inceleme. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 1204-1223.
- İflazoğlu, N. & Ünlüönen, K. (2020). Sosyal medyada yemek temalı paylaşımların gösterişçi tüketim bağlamında incelenmesi: Mardin Artuklu Üniversitesi örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2606-2621.
- Johnson, B. & Christensen, L. (2008). *Educational Research: Quantitative, Qualitative and Mixed Approaches*. New York: Sage.
- Johnston, J. & Baumann, S. (2007). Democracy versus distinction: A study of omnivorousness in gourmet food writing. *American Journal of Sociology*, 113(1), 165-204.
- Kılıç, B. & Demir, D. (2021). Foodstagramming: Kuşaklar açısından değerlendirilmesi ve yiyecek içecek işletmesi tercihinin etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 392-408.
- Liu, I., Norman, W. C. & Pennington-Gray, L. (2013). A flash of culinary tourism: Understanding the influences of online food photography on people's travel planning process on Flickr. *Tourism Culture & Communication*, 13(1), 5-18.
- McBride, A. (2010). *Gastronomica*. University of California Press, 10, 38-46.
- Nagy, H. (2005). Review of the Roman banquet: Images of conviviality. *Vergilius*, 51, 131-136.
- Özdemir, G., & Dülger Altın, D. (2019). Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1),

- Özdemir, N. & Önçel, S. (2019). Gastronomi ve mutfak sanatları bölümü lisans öğrencilerinin sektöre yönelik algılarının kariyer yapma niyetlerine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1159-1176.
- Özdoğan, O. (2014). Yiyecek stilistliği ve fotoğrafçılık. İçinde: *Yiyecek içecek endüstrisinde trendler: kavramlar, yaklaşımlar ve başarı hikayeleri* (ss. 167-188). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Pekyaman, A. (2008). *Turistik satın alma davranışında destinasyon imajının rolü: Afyonkarahisar bölgesinde bir araştırma*. Yayımlanmamış doktora tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Sabbag, P. (2014). *Gastronomic Photography: An Invitation to "Eating with the Eyes"*. Universidade Paulista.
- Sarıtaş, A. (2022). *Mutfak yöneticilerinin yemek fotoğrafçılığına ilgi, kullanma durumları ve bilgi düzeyleri: İstanbul örneği*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Sarıtaş, A. & Sormaz, Ü. (2023). Yemek stilistliği uygulamalarının otel ve restoranlarda yapılan yemek sunumları üzerindeki etkisi. *Aydın Gastronomy*, 7(2), 289-300.
- Sosef, B. (2019). *Food Photography and Still Life Paintings: A Single Subject in Multiple Worlds*. Leiden University.
- Uçuk, C. (2017). *Gastronomide tabak tasarım teknikleri ve yenilikçi sunum anlayışları*. Yüksek lisans tezi, Gaziantep Üniversitesi.
- Vivaldo, D. (2010). *Food Stylist's Handbook*. Hong Kong: Gibbs Smith Publishing.
- Yerlikaya, O. (2016). Çok boyutlu bir olgu olarak yemek ve sanat ilişkisi. Yayımlanmamış yüksek lisans sanat çalışması raporu, Hacettepe Üniversitesi.
- Young, N. S. (2016). *Food Photography: From Snapshots to Great Shots*. California: Peachpit Press.

Geographical Indication-Registered Gastronomy Products of Nevşehir Province: Current Status, Potential and Effects on Gastronomy Tourism

Osman ÖZER

*Öğr. Gör. Dr. Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Konya, Türkiye,
osman-ozar@hotmail.co.uk- ORCID: 0000-0001-8543-0664

ABSTRACT

This study aims to comprehensively examine the geographical indication-registered gastronomic products of Nevşehir province and its districts (Central, Ürgüp, Avanos, Hacıbektaş, Derinkuyu, Gülşehir, Kozaklı and Acıgöl), evaluate products under application, and identify potential registration candidates. The increasing global visibility of the Cappadocia region in UNESCO listings and its intensive tourism traffic necessitate the systematic documentation of region-specific gastronomic values.

A qualitative research paradigm was adopted; the TÜRKPATENT geographical indication database, institutional data of the Ministry of Agriculture and Forestry, existing academic literature in TR Dizin and DergiPark databases, and local administrative sources were systematically reviewed. Data collected via document analysis were subjected to content analysis.

Findings reveal that as of February 2026, Nevşehir province holds a total of 9 registered geographical indication products, foremost among which are “Nevşehir Testi Kebabı (Pottery Kebab), Nevşehir Pumpkin Seeds, Nevşehir Sesame Simit, and Avanos Pottery”. Three products are under application, and over 30 products have been identified as potential registration candidates. The unique synthesis that pottery kebab establishes with the Avanos ceramics tradition offers an unprecedented model in Turkey in terms of destination branding and gastronomy tourism. The research demonstrates that geographical indication registration holds high synergy potential aligned with Cappadocia's international tourism attractiveness, and that the region has a strong foundation for a UNESCO Creative Cities of Gastronomy application.

Keywords: Geographical Indication, Nevşehir, Cappadocia, Gastronomy Tourism, Gastronomic Identity, Pottery Kebab

Received: 11.12.2025

Accepted: 22.03.2026

Published: 29.03.2026

Cite as: Özer, O. (2026). Geographical indication-registered gastronomy products of Nevşehir province: Current status, potential and effects on gastronomy tourism. *Anatolia Social Research Journal*, 5 (1), 86-96. <https://doi.org/10.5281/zenodo.19306950>

1. INTRODUCTION

Geographical indications (GI) are a special form of registration used and evaluated under industrial property law in cases where the quality, reputation, or other characteristic features of a product specific to a particular geographical region can be attributed to that region's geographical origin (Doğan, 2015). Within the framework of Turkish law, geographical indications are addressed in two main categories: place names and appellations of origin. They are regulated by Industrial Property Law No. 6769 and registered by TÜRKPATENT. Gastronomic tourism refers to the multidimensional interaction between visitors and a destination through local and unique food and beverage experiences (Hall & Gössling, 2016). In this context, geographical indication-protected gastronomy products stand out as critical tools in the construction of destination identity, branding processes, and sustainable tourism development (Durlu-Özkaya et al., 2013; Işın & Yalçın, 2020). The legal protection provided by geographical indications not only secures the economic rights of producers but also contributes to the transmission of cultural heritage to future generations (Sabur & Güneş, 2023). Nevşehir province is one of Turkey's most important international tourism destinations as it is the administrative center of the world-famous Cappadocia region with its fairy chimneys and underground cities. The region's volcanic tuff soil structure, thousands of years of winegrowing tradition, and the unique integration of the art of pottery with the culinary culture give Nevşehir its own distinctive gastronomic identity (Yönet Eren, 2023). Despite this potential, there are very few comprehensive studies examining Nevşehir's geographically indicated gastronomic products within a holistic academic framework.

This study aims to fill the aforementioned gap by systematically documenting registered, pending, and potential geographical indication candidate gastronomic products in Nevşehir province, analyzing their current status, and evaluating them from a gastronomy tourism perspective. The research findings aim to provide a current and comprehensive reference source for geographical indication policymakers, tourism stakeholders, and academics in the region. To this end, the study, in order to contribute methodologically to the analytical framework, also considers research patterns at the intersection of gastronomy and geographical indications, building upon the systematic review work of (Denk & Oğan, 2025).

2. LİTERATURE REVIEW

The concept of geographical indication is regulated in the international arena by Article 22 of the TRIPS Agreement (Agreement on Trade-Related Intellectual Property Rights). In Turkey, a structural reform was realized with the Industrial Property Law No. 6769, which entered into force in 2017 in line with the European Union legislation, and a comprehensive legal basis for the registration and protection of geographical indications was established. Turkish law provides for the designation of origin when it stipulates that all production, processing and preparation stages of the product must take place within the designated geographical area, and a geographical indication when a special quality, reputation or other characteristics of the product can be associated with this geographical source. Unlike the EU system, Turkish law clearly protects this binary distinction between appellation of origin and designation of origin (Karademir, 2022). International experience, particularly in the case of the European Union, shows that products with GIs can often achieve a price premium in the market ranging from 20 to 50 percent, increase export values and provide an economic development impetus for rural areas. However, in order for these positive effects to be permanent, it is critical to operate effective control mechanisms and protect product quality (Doğanlı, 2020).

Gastronomy tourism is recognized as an independent and growing tourism type in contemporary tourism literature (Aksoy & Sezgi, 2015). Today's tourists are not only seeking visual experiences; they are also increasingly conscious in their search for authentic, local culture-specific food experiences. This transformation has included gastronomy elements among the determining factors in destination choice. Geographical indications assume multidimensional functions in the development of gastronomy tourism: First of all, they legally secure the distinctive characteristics of local products; contribute to the creation of destination image; provide economic incentives to producers; and strengthen travel motivation by conveying a message of authenticity to visitors (Eren & Sezgin, 2021; Güleç & Cömert, 2022). Research specific to

Cappadocia also shows that awareness of GI products positively affects visitors' perception of the gastronomy destination and increases their intention to visit again (Yönet Eren & Ceyhun Sezgin, 2022). The Gastronomy category of the UNESCO Creative Cities Network places local culinary culture at the center of concrete development policies by making it more than a brand element in the international arena. The experiences of UNESCO gastronomy cities in Turkey, such as Gaziantep, Hatay and Afyonkarahisar, clearly demonstrate the decisive role of local gastronomic values and GI products in gaining international recognition (Çekal, 2022).

Gastronomic identity is a holistic form of cultural expression developed by a society in the historical process, consisting of local ingredients, cooking techniques, presentation styles and consumption practices (Lin et al., 2021). This identity is shaped as a concrete product of the complex interaction of the natural environment, h

istorical heritage, migration movements and economic structure. In the process of destination branding, gastronomy identity offers a sensory and emotional layer of experience that goes beyond physical attractions. Geographical indication registration stands out as a functional tool in this process; it turns into a legal guarantee that certifies the authenticity of the product and feeds consumer confidence (Bekar & Karakulak, 2017). Aslan et al. (2014) study on Nevşehir revealed that local cuisine in the region has not yet been used to its full potential in destination branding. This finding is important in terms of drawing attention to Nevşehir's capacity and opportunity gap in the field of gastronomy.

Studies conducted with similar approaches in the literature reveal the function of provincial-level geographical indication inventory research in creating a methodological model. Denk & Bilici (2021), in their study examining the geographically indicated products of Erzurum province within the scope of gastronomy tourism through document analysis and literature review, emphasize that such research not only serves a detection function but also contributes to institutional capacity development (Denk & Bilici, 2021). Similarly, Özer (2021) argues that systematic documentation forms the starting point in integrating the geographical indication potential with gastronomy tourism in the case of Kayseri Hürmetçi Sazlığı (Özer, 2021). This study conducted for Nevşehir continues this methodological tradition. Onat (2024), while examining the mental framework of the local people regarding the concept of geographical indication in the case of Rize, showed that the cognitive relationship that the residents of the region have with this concept has a decisive effect on the effectiveness of the registration processes (Onat, 2024). It is assessed that a similar dynamic is valid in the case of Nevşehir; It is anticipated that the institutional status gained by products that are part of daily life, especially the Avanos pottery tradition and the clay pot kebab, through geographical indication registration, strengthens the regional identity perception of the local people.

3. METHOD AND RESULTS

This research is a case study designed within the framework of qualitative research paradigm. The qualitative approach was preferred as it aims to provide a contextual and in-depth understanding of geographically marked products specific to Nevşehir province. The research design, data collection and analysis stages were structured based on Yıldırım & Şimşek's (2021) comprehensive framework of qualitative research methods. Systematic document analysis method was applied in the research. Data obtained from more than one source were subjected to cross-validation in line with the principle of triangulation. The main data sources can be listed as follows:

- TURKPATENT Geographical Indications Database: The registration dates, numbers and legal status of all registered products specific to the province of Nevşehir have been verified through this database.
- Ministry of Agriculture and Forestry Institutional Resources: The 'Nevşehir Agricultural Investment Guide' published by the General Directorate of Agricultural Reform in 2025 was used as the main official reference source.
- TR Index and DergiPark Academic Databases: A comprehensive literature review was conducted in these databases with the keywords geographical indication, gastronomy tourism, Cappadocia, Nevşehir and gastronomy identity. The scanned publications cover the period 2013-2025.

- Corporate Web Sources and Local Government Documents: Reports published by Nevşehir Governorship, district municipalities, Nevşehir Chamber of Commerce and Industry, Nevşehir Commodity Exchange and Ahiler Development Agency were systematically analyzed.

The collected data were analyzed by content analysis method. During the analysis process, products were classified according to registration status (registered, in application, potential), product category (gastronomy, handicrafts, agricultural) and geographical boundary (province-wide, district-based, village level). For each product, distinctive features, production process and cultural-economic importance were documented. Then, the potential impacts of these products on gastronomy tourism and destination branding were examined within the framework of descriptive analysis. The validity of the research was strengthened at three levels: data triangulation, which was achieved by comparing information from multiple data sources; methodological triangulation, where the findings were evaluated from different perspectives; and critical internal consistency check, where inconsistencies between the data were rigorously checked. In addition, the overlap between the findings of the academic literature and institutional/administrative documents was constantly monitored and cross-validated when necessary.

Located in the center of the Central Anatolia Region, Nevşehir is a province with a total surface area of 5,485,000 decares and a population of 317,952 according to TURKSTAT data for 2024. The province consists of 8 districts and 151 villages (TURKSTAT, 2026). The ratio of agricultural areas to the total surface area of the province is approximately 60 percent. In terms of agricultural production statistics, Nevşehir maintains its first place in Turkey in the production of pumpkin seeds for nuts. Providing more than 33 percent of Turkey's pumpkin seed production, Nevşehir ranks second in dry bean production with a share of more than 16 percent of Turkey's total production. The province's potato production accounts for about six percent of Turkey's total. There is a remarkable 8.8 percent share in grape production, especially in wine varieties (Republic of Turkey Ministry of Agriculture and Forestry, 2025). The volcanic tuff soil structure and climate characteristics of the region are the main factors that directly affect the formation of geographically determined product qualities. The alluvial soils of Kızılırmak around Avanos are the source of ceramic clay, which has been the raw material of pottery for centuries, and this directly enables the emergence of unique local products such as testi kebab and pot cheese. According to the current data obtained from the TURKPATENT database, Nevşehir province has a total of 9 registered geographical indication products as of February 2026. A detailed breakdown of these products is presented in Table 1.

Table 1. Registered Geographical Indicated Products in Nevşehir Province (February 2026)

Product Name	Registration No	Registration Type	Applicant	Category
Nevşehir Testi Kebabı	3064	Protected Geographical Indication (PGI)	Nevşehir Chamber of Commerce and Industry & Avanos District Governorship	Meat Dishes
Nevşehir Kabak Çekirdeği	415	Protected Designation of Origin (PDO)	Nevşehir Commodity Exchange	Agricultural Products
Nevşehir Tahinli Simidi	Registered	Protected Geographical Indication (PGI)	Nevşehir Chamber of Commerce and Industry	Bakery Products
Nevşehir Siyah Kuru Üzümlü	Registered	Protected Designation of Origin (PDO)	Nevşehir Commodity Exchange	Dried Fruits
Nevşehir Üzüm Pekmezi	Registered	Protected Geographical Indication (PGI)	Nevşehir Chamber of Commerce and Industry	Processed Food
Avanos Çömleği	293	Protected Designation of Origin (PDO)	Avanos Chamber of Tradesmen and Craftsmen	Handicrafts
Other Registered Products (3)	Various	PGI / PDO	Various Institutions	various

Source: [TURKPATENT Geographical Indications Database \(2026\)](#) adapted.

Nevşehir Testi Kebabı

Nevşehir Testi Kebabı was registered as a geographical indication in 2021 with the registration number 3064, providing legal security for the most symbolic gastronomic value of the Cappadocia region. The distinctive features of the product consist of the use of geographically marked jugs made of Kızılırmak clay specific to Avanos district, placing the ingredients raw in the jug, covering it with dough and cooking it in the oven for 2-2.5 hours, and breaking the jug during service and serving it with its contents. [Özer & Esen's \(2019\)](#) study is one of the pioneering academic studies documenting the basic stages of the registration process and the methodological steps in the creation of the standard recipe. [İçiğen et al. \(2023\)](#) study revealed that the majority of participants perceived the symbolic dish of Nevşehir as testi kebab. This finding concretizes the strong impact of the registration process in terms of both social legitimacy and destination perception.

Nevşehir Kabak Çekirdeği

Registered as a designation of origin, Nevşehir Kabak Çekirdeği is the province's strongest GI product in terms of economic impact. Providing more than 33 percent of Turkey's pumpkin seed production, Nevşehir is the undisputed national leader in this field. The Ministry of Agriculture and Forestry's Nevşehir Agricultural Investment Guide (2025) reports that the cultivation area of pumpkin seeds has reached approximately 221,500 decares and annual production ranges between 20,000 and 21,700 tons ([Republic of Turkey Ministry of Agriculture and Forestry, 2025](#)). Significant increases in both cultivation area and market share following the registration of the designation of origin reveal the tangible positive impact of the geographical indication on producers.

Avanos Çömleği

Avanos Çömleği is a handicraft product registered under the name of origin status with registration number 293; however, its functional and symbolic integration with gastronomy carries it far beyond being a mere handicraft product. Avanos clay is clearly distinguished from other ceramic clays by its unique clay structure, which is obtained from the historical deposits of Kızılırmak and contains minerals such as illite, mica, quartz, feldspar, calcite, dolomite and hematite ([Gün, 2020](#)). This clay is the indispensable raw material for Nevşehir Testi Kebab, but it also plays a critical role in the production of other traditional Cappadocian dishes such as pottery cheese. This unique duo of geographically marked Avanos Pottery and geographically marked Nevşehir Test Kebab creates a unique destination identity that blends handicrafts, culinary culture and tourism together, which cannot be exemplified in any other province in Turkey.

Products in the Application Phase and Their Features

Three products evaluated within the scope of the Geographical Indication Provincial Executive Committee established under the coordination of the Governorship of Nevşehir are in the application process or in the preparation stage:

- Topaç Sarımsağı: A variety of garlic native to Nevşehir, so named because of its round and plump form. Grown in the volcanic soils of the region, this garlic is known for its pungent aroma and long storage life; it is widely used as a basic spice component in Cappadocian cuisine.
- Nevşehir Üzüm Turşusu: A traditional fermented food made from the pickling of certain grape varieties, especially White Buzgulu, native to Cappadocia. It is one of the tangible reflections of the region's thousands of years of viticulture tradition.
- Nevşehir Parmak Üzümlü: A white table grape variety endemic to Cappadocia. It stands out on the table with its hard structure, bright appearance and sweet-sour balanced aroma.

Potential Geographical Indication Candidate Products and Features

As a result of an extensive literature review and systematic analysis of institutional documents, more than 30 products were identified as candidates for GI registration. These products are presented by district in Table 2.

Table 2. Potential Geographical Indication Candidate Gastronomy Products according to Nevşehir Districts

District	Potential Products	Priority Category
Merkez	Nevşehir Tavası, Çömlek Peyniri, Nevşehir Mantısı, Köftür, Dolaz, Asidesi, Nohut Mayalı Ekmek	High (3+ products)
Ürgüp	Ürgüp Köftesi (Dıvıl), Ürgüp Damat Baklavası, Kapadokya Şarapları, Kayısı Kavurması	High
Avanos	Ayhan Patlıcanı, Avanos Ekmeği (Keskiç), Peravi Mantısı, Yayın Balığı Dolması	Medium
Hacıbektaş	Karaburna Üzümlemesi, Bal Pekmezi, Oniks İşlemeciliği	Medium
Derinkuyu	Derinkuyu Kuru Fasulyesi, Kuru Kaymak (Kaymaklı), Çömlekte Ağ Pakla	High
Gülşehir	Zerdali Reçeli, El Açması Erişte	Low
Kozaklı	Kilim Dokuması, Termal Ürünler	Low
Acıgöl	Acıgöl Tarhanası, Parmak Üzümlü İşlenmiş Ürünleri	Medium

Source: Compiled by the author from institutional documents and literature.

The classification in Table 2 is based on the criteria of each product's local authenticity, continuity of traditional production practices, level of identification with the region, and capacity to contribute to economic development. Derinkuyu Dry Beans are considered among the priority registration candidates due to its share in Turkey's dry bean production (more than 16 percent of Turkey's total) and its regional agricultural identity.

Central

- Nevşehir Tava: A meat dish prepared with a local cooking technique in which lamb is cooked in a pan or on a sheet pan. It gains its characteristic flavor with tail fat and local spices.
- Nevşehir Çömlek Peyniri: A unique type of cheese prepared by pressing traditional cheese into Avanos pottery and maturing it by burying it in the ground for at least 3-4 months.
- Nevşehir Mantı: A type of local ravioli made with bread dough, shaped like a roll, sliced and baked in the oven and served with yogurt and tomato paste sauce.
- Köftür (Nevşehir Köftür): A traditional dessert prepared from grape juice, flour and starch with the consistency of jelly beans. It is made during the grape harvest.
- Dolaz: A traditional dessert similar to flour halva, prepared with eggs and milk and served with butter and molasses.
- Nevşehir Asidesi: A hearty meal traditionally prepared for weddings and special occasions, made with cracked wheat and chickpeas.
- Süpürge (Bal) Pekmezi: A rare type of molasses made from the broom grass plant, which is indigenous to the region.
- Nevşehir Tarhanası: A traditional tarhana unique to the region, prepared using local methods and dried in the sun.
- Nevşehir Nohut Mayalı Ekmeği: A distinctive type of bread made using traditional chickpea-based natural yeast.

Ürgüp District

- Ürgüp Köftesi (Dıvıl): A type of local meatball made of boiled Nevşehir potato kneaded with bulgur, onion and spices, shaped and fried or boiled. It differs from other meatballs with the soft texture added by the potato.
- Ürgüp Damat Baklavası: Special wedding baklava prepared with traditional methods unique to Ürgüp. It offers a characteristic flavor with a local hazelnut and walnut mixture.
- Ürgüp Halısı: A local carpet with original Cappadocian motifs, woven with root dyed wool yarns on hand looms since the Byzantine period. It has the potential to be registered in the handicrafts category.
- Kapadokya Şarapları: Traditional wines produced from Dimrit, Emir and Öküzgözü grapes, one of the most recognized agricultural assets of the region.
- Kayısı Kavurması: Traditional roasted meat prepared with dried apricots after Eid al-Adha.

Avanos District

- Ayhan Patlıcanı (Avanos Patlıcanı): A local eggplant variety with a unique flavor unique to Avanos. Geographical indication application is among the products under consideration.
- Avanos Keskiç Ekmeği: A traditional type of bread unique to Avanos. It is the original pastry baked in local ovens.
- Peravi (Tık Tık Mantı): A traditional type of ravioli made in Avanos and its surroundings, consisting of small pieces of dough that are clicked together.
- Yayın Balığı Dolması: A unique local recipe prepared by stuffing catfish caught in Kızılırmak with bulgur, onion and spices and cooking it.

Hacıbektaş District

- Hacıbektaş Karaburna Üzümlemesi: A traditional product prepared with Karaburna grapes, with a sweet-sour balance, typical of the region.
- Hacıbektaş Bal Pekmezi: Hacıbektaş ve çevresinde üretilen özgün bal pekmezi.
- Oniks Taşı İşlemeciliği: Traditional ornaments and accessories produced from onyx (veined stone) around Hacıbektaş. Candidate for registration in the handicrafts category.

Derinkuyu District

- Derinkuyu Kuru Fasulyesi: Famous for the cities of Cappadocia, the district is famous for its quality dry beans grown on volcanic soils. It is one of the important production productions of beans in the region.
- Derinkuyu Çömlekte Ağ Pakla: A traditional local dish cooked in a clay pot.
- Kapadokya Kuru Kaymağı (Kaymaklı Kasabası): Traditional dried clotted cream produced in the town of Kaymaklı, obtained by boiling and drying milk, almost the consistency of a wafer.

Gülşehir District

- Gülşehir Zerdali Reçeli: Traditional jam made from the abundantly grown zerdal in the region.
- Gülşehir Erişte: A local historical recipe prepared with hand rolled thin noodles.

Kozaklı District

- Kozaklı Termal Ürünleri: Termal sularından yararlanılan geleneksel gıda hazırlama yöntemleri.
- Kozaklı Kilim Dokuması: Widespread rug weaving in the region. It can be evaluated in the handicraft category.

Acıgöl District

- Acıgöl Perlit Ürünleri: Products processed from high quality perlite mined in Acıgöl.
- Acıgöl Tarhanası: Traditional tarhana prepared with methods specific to the region.

Tablo 3'te Nevşehir ilinin tecilli, başvuruda ve potansiyel ürünleri bir arada verilerek, Nevşehir Cİ envanteri oluşturulmuştur.

Table 3. Gastronomy Products Inventory Table by Districts

District	Registered Products	Under Application	Potential Products (Priority)	Category
Merkez	Nevşehir Testi Kebabı Nevşehir Tahinli Simidi Nevşehir Üzüm Pekmezi	-	Nevşehir Tavası Çömlek Peyniri Nevşehir Mantısı Köftür Dolaz	Meat Dishes, Desserts, Dairy Products
Ürgüp	Nevşehir Siyah Kuru Üzümlü	-	Ürgüp Köftesi Ürgüp Damat Baklavası Kapadokya Şarapları	Fruits, Desserts, Drinks
Avanos	Avanos Çömleği Nevşehir Kabak Çekirdeği	-	Ayhan Patlıcanı Avanos Ekmeği Peravi Mantı	Handicrafts, Agriculture, Baking
Hacıbektaş	-	-	Karaburna Üzümlemesi Bal Pekmezi Oniks İşlemeciliği	Food, Handicrafts

Derinkuyu	-	-	Derinkuyu Kuru Fasulyesi Kuru Kaymak	Agricultural Products, Milk
Gülşehir	-	Topaç Sarımsağı Üzüm Turşusu	Zerdali Reçeli Erişte	Tarım, Fermente Gıda
Kozaklı	-	-	Kilim Dokuması Termal Ürünler	Handicrafts
Acıgöl	-	Parmak Üzümü	Tarhana	Agriculture, Processed Food

Source: Compiled by the author from institutional documents and literature.

5. EVALUATION AND CONCLUSION

The picture created by Nevşehir with 9 registered GI products is somewhat limited considering the province's tourism-dominated economic structure and international recognition. Compared to gastronomy cities such as Gaziantep (over 90 registered products), Kastamonu and Hatay, it is understood that Nevşehir's GI application volume falls far short of the region's real potential ([Çekal, 2022](#)). However, it is of great importance not to ignore qualitative evaluations when making quantitative comparisons. The unique synthesis of Testi kebab with the pottery tradition of Avanos transforms this dual interaction into a unique source of destination attraction that is extremely difficult to imitate, and provides Nevşehir with a unique competitive advantage not found in other gastronomy cities in Turkey. From an economic development perspective, the post-registration production growth pattern of Nevşehir Pumpkin Seeds concretely demonstrates the market-forming capacity of GIs. Supporting the findings of [Doğanlı \(2020\)](#), these findings position the geographical indication not only as a legal protection for producers but also as a concrete economic incentive mechanism.

The most original and theoretically fruitful finding of this research is the double-registered integration model of Avanos Pottery and Nevşehir Test Kebab. This model is one of the rare examples in the literature where handicraft and gastronomy values are registered simultaneously within the framework of the GI system and establish a strong synergy with each other. [Sabur ve Güneş's \(2023\)](#) study on sustainable gastronomy tourism in Kayseri revealed that unique local ingredients and traditional cooking techniques can create a strong attraction dynamic in gastronomy tourism. In the case of Nevşehir, this dynamic goes far beyond a standard product-geography relationship and offers a unique layered identity experience that combines a geographically marked tool (Avanos pottery) with a geographically marked dish (testi kebab). This model is also highly valuable for sustainable development, as it creates an economic synergy where the demand for pottery workshops and restaurants mutually feed each other, providing a strong economic motivation for the continuity of traditional production practices. Although Nevşehir is one of the provinces that attracts the highest tourist traffic in Turkey, it has not made commensurate progress in terms of its wealth of GI products. Based on the findings of [Yönet Eren ve Ceyhun Sezgin \(2022\)](#), it can be concluded that As visitors' awareness of registered products increases, the perception of the gastronomy destination strengthens, which in turn exhibits a directly proportional relationship with tourist loyalty and revisit intention. The practical implications of this finding point to a significant opportunity gap. A Nevşehir with more and strongly branded GI products could significantly increase per capita tourism expenditure and the perceived value attributed to the destination while maintaining the existing tourist base. [Eren ve Sezgin's \(2021\)](#) study on visitors to Cappadocia also empirically demonstrated that local products with GIs are an important dimension determining destination attractiveness.

Nevşehir's inclusion in the national list of the UNESCO Turkish National Commission Creative Cities Network in the field of Gastronomy in 2024 symbolizes a critical achievement at the institutional level. Applying [Çekal's \(2022\)](#) framework to the case of Gaziantep to Nevşehir, it is clear that there is a strong institutional motivation to maintain GI registration and add new ones. In the academic literature, [Zhu ve Yasami's \(2021\)](#) comparative research on the practice of UNESCO gastronomy cities reveals that cities with registered GIs perform significantly better than others in terms of their capacity to generate travel motivation. This finding presents both an opportunity and a guiding policy framework for Nevşehir.

This research aims to present a comprehensive and systematic inventory of the geographically marked gastronomy products of Nevşehir province, while evaluating the current situation in an academic framework and providing concrete predictions for future development directions. The main findings can be summarized under three main headings: First, Nevşehir has 9 registered GI products as of February 2026, which is still limited compared to the gastronomic potential of the region. Second, the dual-registered integration model between Avanos Pottery and Nevşehir Test Kebab appears to have created a unique and exportable destination identity element that is unique in Turkey. Third, products such as Derinkuyu Dry Beans, Nevşehir Pottery Cheese and Urgup Meatballs are considered to be strong candidates for registration and application processes should be initiated urgently. The research also reveals important limitations. Since the study is based on document analysis, adding primary data collection studies that directly measure producer and consumer perspectives to these findings would make valuable contributions to the literature. In addition, economic impact analyses should be conducted in order to reveal the tangible market effects of the GI on existing registered products in a healthier way. In terms of transformation opportunities in the region's gastronomy tourism, it is evaluated that increasing the number of GI registrations, establishing a tighter integration with the tourism sector, and decisively advancing the UNESCO Creative Cities Network Gastronomy process will create tangible and significant added value for both the regional economy and cultural heritage protection.

This research makes several original contributions to the existing theoretical literature on the GI-gastronomy tourism relationship. First, the study develops the concept of 'dual-registered integration' at a propositional level. This concept describes the situation where a handicraft product (Avanos Pottery) gains registration status both independently and simultaneously as an indispensable means of production for another GI product (Testi Kebab). This unique relational pattern represents an understudied area in the GI literature and provides a fertile conceptual ground for future comparative studies. Second, the research questions the assumption that the relationship between international tourism attractiveness and GI registration is reciprocal and mutually reinforcing. The Nevşehir experience shows that high tourism traffic does not automatically lead to an increase in the number of GI registrations, and highlights that proactive policy intervention and institutional coordination are the decisive variables in this process. Third, the findings provide theoretical support that gastronomy GIs have a much stronger contribution to destination branding when considered as an interrelated and complementary gastronomy ecosystem rather than in isolation. The holistic Nevşehir gastronomy ecosystem consisting of Testi kebab, Avanos pottery, local grape varieties and regional viticulture culture builds a much stronger and more distinctive destination identity than individual products.

The capacity of the Provincial Executive Board of Geographical Indication within the Governorship of Nevşehir should be strengthened and an active coordination platform covering all stakeholders should become functional. Priority registration applications for Derinkuyu Dry Beans, Nevşehir Pottery Cheese and Urgup Meatballs should be realized rapidly. Geographical indication awareness campaigns to be carried out in the region in cooperation with TURKPATENT will have a two-way effect that will both mobilize potential applicants and strengthen visitor perception. A comprehensive preparation program for the UNESCO Creative Cities Network Gastronomy category application should be established immediately, building on the success achieved in the national list. Create a holistic Cappadocia Taste Route, starting with Testi kebab and including other GI products, and promote this route through joint marketing channels with local producers, restaurants and accommodation businesses. Geographical indication product training programs should be organized for tourist guides and accommodation staff, and these trainings should be supported by a certification process. Digital marketing strategies should center on the promotion of GI products through a story-based approach, designed to trigger purchase intentions in international visitor groups. Special GI information and application consultancy programs for women's cooperatives and small-scale producers should be established. Local universities and professional chambers should be positioned as active partners in the process of documenting and standardizing traditional production techniques. A marketing support infrastructure should be established to increase the visibility of GI products in local markets and gastronomy fairs.

TURKPATENT applications for Derinkuyu Dry Beans, Nevşehir Pot Cheese, Ürgüp Meatballs and Nevşehir Ravioli should be completed immediately. The registration process of three products in the application stage (Topaç Garlic, Grape Pickle, Finger Grape) should be considered as a priority agenda item. The action plans of the Geographical Indication Provincial Executive Committee should be concretized, stakeholder participation and accountability mechanisms should be strengthened. Preparations for official application to the UNESCO Creative Cities Network Gastronomy category should be carried out systematically. The Cappadocia Gastronomy Festival should become the central platform for promoting registered products and gain an international dimension. A Gastronomy Research Center should be established within Nevşehir University to support academic studies and establish implementation partnerships. The application of Avanos Pottery-Cappadocia Culinary Culture integrity to the UNESCO Intangible Cultural Heritage list should be prepared. International access should be facilitated by integrating geographically marked products into e-commerce infrastructure. Long-term research projects measuring the economic impact of geographical indications on Cappadocia tourism should be designed and implemented.

This study is exploratory in nature, focusing on document analysis. To deepen the research area, the following studies are of primary importance: quantitative research measuring the effects of geographically indicated products on visitor satisfaction and behavioral intentions in Nevşehir; qualitative analyses of producers' awareness and attitudes towards geographical indications; comparative studies comparing Nevşehir with other Turkish tourism destinations in terms of geographical indication density and tourism economics indicators; and longitudinal research tracking the relationship between geographical indications and gastronomy tourism specific to the Cappadocia region in a time-series manner.

KAYNAKÇA

- Aksoy, M., & Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Aslan, Z., Güneren, E., & Çoban, G. (2014). Destinasyon markalaşma sürecinde yöresel mutfağın rolü: Nevşehir örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 3-13.
- Bekar, A., & Karakulak, Ç. (2017). Coğrafi işaretleme yoluyla gastronomik kimlik oluşturma ve gastronomik kimliğin destinasyon pazarlamasındaki rolü: Trakya örneği. D. Bozok vd. (Ed.), *Gastronomi Üzerine Araştırmalar* (s. 156-178). Detay Yayıncılık.
- Çekal, N. (2022). Evaluation of the gastronomic products of Gaziantep province in terms of geographical indication which is included in the UNESCO Gastronomy Cities Network. *Journal of Human and Social Sciences*, 5(1), 111-125. <https://doi.org/10.53048/johass.1066598>
- Denk, E., & Bilici, N. S. (2021). Erzurum ilinin coğrafi işaret (ci) almış ürünlerinin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 102-122.
- Denk, E., Oğan, Y. (2025). Gastronomi ve coğrafi işaretlerin sistematik derleme tekniğiyle incelenmesi. *Kent Akademisi (Online)*, 18(2), 999 - 1023. doi.org/10.35674/kent.1559823
- Doğan, B. (2015). Coğrafi işaret korumasının gelişmekte olan ülkeler için önemi. *Social Sciences*, 10(2), 58-75. <https://doi.org/10.12739/NWSA.2015.10.2.3C0128>
- Doğanlı, B. (2020). Coğrafi işaret, markalaşma ve kırsal turizm ilişkileri. *Journal of Human and Social Sciences*, 3(2), 525-541.
- Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S., & Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Eren, F. Y., & Sezgin, A. C. (2021). Coğrafi işaretli yöresel ürünlerin destinasyonlar açısından önemi: Kapadokya Bölgesi örneği. *Journal of Tourism Research Institute*, 2(1), 61-78.

- Güleç, H., & Cömert, M. (2022). Coğrafi işaretli ürünlerin yiyecek içecek işletmeleri gözünden değerlendirilmesi: Ankara örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(3), 2144-2165. <https://doi.org/10.21325/jotags.2022.1086>
- Gün, M. (2020). Kültürel Bir İmge Olarak Avanos Çömlekçiliği. *Kültürel Miras Araştırmaları*, 1(1), 13-17. <https://izlik.org/JA89NB69GC>
- Hall, C. M., & Gössling, S. (2016). From food tourism and regional development to food, tourism and regional development: Themes and issues in contemporary foodscapes. *Food Tourism and Regional Development* (s. 2-58). Routledge.
- Işın, A., & Yalçın, E. (2020). Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2507-2522. <https://doi.org/10.21325/jotags.2020.724>
- İçiğen, M., Özer, E. D., & Sarı Gençay, B. (2023). Nevşehir ilinin gastronomi markası ve şehir markalaşması kapsamında simge gıda ürünü ve yemeğinin belirlenmesi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(2), 738-755. <https://doi.org/10.33083/joghat.2023.297>
- Karademir, N. (2022). Türkiye'de Avrupa Birliği tescilli coğrafi işaretli ürünlerin ekonomik kalkınma kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences (JOSHAS)*, 7(41), 1164-1183. <https://doi.org/10.31589/JOSHAS.664>
- Lin, M.-P., Marine-Roig, E., & Llonch-Molina, N. (2021). Gastronomy as a sign of the identity and cultural heritage of tourist destinations: A bibliometric analysis 2001-2020. *Sustainability*, 13, 12531.
- Onat, G. (2024). Yerel halkın bakış açısıyla coğrafi işaretli ürünlerin değerlendirilmesi: Rize örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(92), 1416-1429. <https://doi.org/10.17755/esosder.1485304>
- Özer, E. D., & Esen, M. K. (2019). Coğrafi işaret alma sürecinde Avanos-Nevşehir testi kebabına ait standart reçetenin oluşturulması. IV. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı (s. 383-391). Nevşehir.
- Özer, O. (2021). Kayseri Hürmetçi Sazlığı'nın coğrafi işaretli ürün potansiyeli ve gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Research Institute*, 2(2), 107-125. <https://izlik.org/JA59NG45YU>
- Sabur, D. G., & Güneş, S. G. (2023). Kayseri örneğinde sürdürülebilir gastronomi turizmi ve coğrafi işaretli ürünler. *Tourism and Recreation*, 5(2), 138-152. <https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1351137>
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Tarım Reformu Genel Müdürlüğü. (2025). Nevşehir tarımsal yatırım rehberi. T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı.
- TÜRKPATENT. (2026). Coğrafi işaretler veri tabanı. Türk Patent ve Marka Kurumu. <https://ci.turkpatent.gov.tr/>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (12. bs.). Seçkin Yayıncılık.
- Yönet Eren, F. (2023). Gastronomi, kültürel miras ve turizm entegrasyonu: Kapadokya bölgesi üzerine bir inceleme. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(İhtisaslaşma), 151-166. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1309966>
- Yönet Eren, F., & Ceyhun Sezgin, A. (2022). Kapadokya bölgesine gelen ziyaretçilerin coğrafi işaretli ürünleri bilme durumlarının gastronomik destinasyon algısı üzerindeki etkisi. *Aydın Gastronomy*, 6(2), 201-217.
- Zhu, H., & Yasami, M. (2021). Developing gastronomic resources: Practices of UNESCO creative cities of gastronomy. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 39(4 supp), 1406-1414.

Measuring Export Performance with Accounting-Based Financial Indicators: A Proposed Integrated Conceptual Model

İsmail ATABAY^a

^aDr.Öğr.Üyesi, Balıkesir Üniversitesi, Havran Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Bölümü, Balıkesir, Türkiye,
atabay@balikesir.edu.tr ORCID: 0000-0001-8979-5548

ABSTRACT

The aim of this study is to propose an integrated measurement model based on accounting-based financial indicators, moving beyond one-dimensional approaches based solely on sales volume in measuring export performance. The study is a conceptual model development research that combines marketing and accounting literature. In this context, export performance is examined within the framework of three financial dimensions: sales-based performance, profitability-based performance, and cash flow-based performance. A composite performance index based on Z-score standardization is proposed to make indicators with different units of measurement comparable. The calculation process of the proposed model is numerically demonstrated using a hypothetical dataset. The findings reveal that evaluating export performance solely based on sales volume can be misleading, and that considering profitability and cash flow dimensions together provides a more realistic and sustainable performance assessment. The study provides a conceptual and methodological contribution to the literature by offering an interdisciplinary measurement framework that allows for the correlation of export performance with firm value.

Keywords: Export performance, financial performance, composite performance index, accounting-based performance measurement

Received: 16.01.2026

Accepted: 24.03.2026

Published: 29.03.2026

Cite as: Atabay, İ. (2025). Measuring export performance with accounting-based financial indicators: A proposed integrated conceptual model. *Anatolia Social Research Journal*, 5 (1), 97-110. <https://doi.org/10.5281/zenodo.19320873>

This study is derived from the PhD dissertation entitled “*Differences Between Exporting and Non-Exporting Firms and the Analysis of Export Performance: An Empirical Study in the Olive Oil Sector*” completed in 2005 at the Gebze Institute of Technology, Graduate School of Social Sciences, Department of Business Administration.

1. INTRODUCTION

With globalization, the ability of businesses to achieve sustainable competitive advantage has largely become dependent on their performance in international markets. Export activities not only offer businesses new market opportunities; they also increase capacity utilization rates, strengthen the financial structure by providing foreign exchange earnings, and contribute to the diversification of risk across different markets (Leonidou et al., 2002). Therefore, measuring export performance with an accurate and multi-dimensional approach is of strategic importance for both business managers and policymakers.

The literature shows that numerous variables and measurement approaches are used to measure export performance. This situation reveals different dimensions of the concept, but also leads to conceptual confusion regarding measurement. In the literature, the indicators used in measuring export performance are generally classified into three groups: financial, non-financial, and mixed measures (Zou & Stan, 1998). However, it is noteworthy that the most commonly used financial indicators in practice are sales-based measures such as export sales volume, export intensity, and export growth rate (Zou et al., 1998).

While sales-based indicators reveal the size of a company's presence in foreign markets and its market expansion success, they are insufficient to explain the contribution of exports to the company's profitability, cash flow, and financial sustainability. Export activities, however, entail financial consequences such as long collection periods, high working capital requirements, exchange rate risk, and the need for external financing; thus, they directly affect not only the company's revenue structure but also its liquidity level, capital structure, and value creation capacity. This situation demonstrates that evaluating export performance solely based on sales volume indicators does not reflect the true nature of that performance.

When theoretical studies on export performance are examined, it is seen that the determinants of performance are considered within the framework of firm characteristics, management structure, strategy, environmental factors, and organizational competencies (Aaby & Slater, 1989; Cavusgil & Zou, 1994). However, it is noteworthy that studies focusing on the systematic consideration of accounting-based financial indicators within an integrated model for measuring performance are limited. Yet, accounting-based performance measurement tools provide objective and comparable information regarding a company's value creation capacity, allowing for a holistic analysis of the financial results of exports.

In international marketing literature, export performance has mostly been evaluated through market-based outputs, while in accounting and finance literature, business performance has been analyzed through financial ratios and value-based metrics. The fact that these two approaches have largely developed independently makes it difficult to comprehensively reveal the true impact of export activities on business value. Considering that export performance is a multi-dimensional construct encompassing both market success and financial value creation capacity, there is a need for a performance measurement framework that integrates marketing and accounting disciplines.

Based on this premise, the main objective of this study is to theoretically identify accounting-based financial indicators that can be used to measure export performance and to propose an integrated measurement model that evaluates the contribution of exports to a company's financial success within the framework of sales, profitability, and cash flow dimensions. Accordingly, the study argues that export performance should be considered not only in terms of size and growth indicators, but also in conjunction with financial sustainability and value creation capacity.

This study is expected to make three main contributions to the literature. First, it offers a multidimensional evaluation framework based on accounting-based financial indicators, moving beyond the commonly used one-dimensional approaches in measuring export performance. Second, it proposes a composite performance index that allows for a holistic analysis of the financial consequences of export performance. Third, the developed model aims to provide a testable measurement tool for future empirical studies.

2. CONCEPTUAL FRAMEWORK AND LITERATURE

Export performance is one of the key indicators determining the success level of businesses in the process of entering international markets. Export performance expresses the degree to which a business achieves its economic and strategic goals in international markets (Cavusgil & Zou, 1994). In the literature, the determinants of export performance have been examined within the framework of numerous variables such as firm characteristics, management structure, strategy, environmental factors, and organizational culture (Aaby & Slater, 1989; Cavusgil & Zou, 1994). In the literature, the indicators used in measuring performance are grouped into three categories: financial, strategic, and perceptual (Richard et al., 2009). The Export Performance Scale (EXPERF) developed by Zou et al. (1998) revealed that export performance consists of financial, strategic, and satisfaction dimensions. However, it is observed that accounting-based ratios are not systematically considered in the measurement of the financial dimension.

A review of the literature on measuring export performance reveals several prominent theoretical approaches. These approaches are generally grouped into four main categories: sales-based indicators, strategic/market-based metrics, managerial perception-based assessments, and financial performance indicators. Sales-based metrics highlight the volumetric dimension of exports, while strategic indicators focus on the company's competitiveness in foreign markets. Perceptual metrics reflect managers' evaluations of export activities, and financial indicators allow for the analysis of the impact of exports on the company's profitability. However, each of these approaches reflects only a specific dimension of export performance and, when used alone, does not allow for a holistic assessment. This highlights the need for integrated measurement models that consider the multi-dimensional nature of export performance. The main approaches to measuring export performance and their fundamental limitations are presented in Table 1.

Table 1. Approaches to Measuring Export Performance

Measurement Approach	Indicators	Main Limitation
Sales-based	Export sales, export intensity	Does not reflect profitability
Strategic	Market share, entry into new markets	Does not indicate financial sustainability
Perceptual	Managerial satisfaction	Lacks objectivity
Financial	Profitability ratios	Insufficient when used alone

Source: Zou et al. (1998); Cavusgil & Zou (1994)

While these approaches highlight the multifaceted nature of export performance, they have not sufficiently focused on integrating the financial indicators used in measuring performance into a unified model. Export performance should be evaluated not only by the level of export sales but also by the degree to which the company achieves its strategic and economic objectives. Exports are directly related to the company's goals of growth, profitability, and competitiveness (Cavusgil & Zou, 1994). However, it is observed that most indicators used in measuring export performance are based on sales volume (Zou et al., 1998). Yet, export activities directly affect the company's profitability structure, working capital needs, and cash flow cycle. This situation necessitates the evaluation of export performance through accounting-based financial indicators.

Accounting-based performance measurement is one of the most important and objective evaluation tools for revealing the extent to which a business creates value as a result of its activities. Data obtained through financial statements allow for the analysis not only of changes in sales volume but also of the contribution of these sales to profitability, cash flow, and financial sustainability. In this respect, accounting-based performance indicators play a critical role in evaluating the relationship between business strategies and performance results (Chenhall, 2003; Richard et al., 2009). Considering the impact of export activities on the financial structure of the business, profitability indicators are among the key measures that reveal the capacity of these activities to generate economic value. Ratios such as gross profit margin, return on assets (ROA), and return on equity (ROE) allow for the analysis of the value creation process by showing not only the revenue-generating power of exports but also the extent to which business assets and equity are used effectively (Hitt et al., 2020; Kieso et al., 2020).

Since export activities often place significant pressure on liquidity due to long collection periods and high working capital requirements, liquidity indicators such as the current ratio and acid-test ratio are critical

in assessing the ability to meet short-term liabilities. Studies examining the relationship between liquidity level and firm performance show that businesses with sufficient liquidity are more resilient to uncertainties in foreign markets and can manage financing costs more effectively (Brigham & Ehrhardt, 2017; García-Teruel & Martínez-Solano, 2007). Furthermore, the operational efficiency of exports can be analyzed through operational efficiency indicators. Ratios such as accounts receivable turnover and inventory turnover reveal the extent to which a company's sales in international markets are supported by collection and inventory management processes, thus allowing for an assessment of the contribution of exports to operational efficiency (Penman, 2013).

One of the most important integrated indicators in analyzing the financial sustainability of export activities is the cash conversion cycle. Calculated by considering inventory holding period, accounts receivable collection period, and accounts payable payment period together, the cash conversion cycle shows how long it takes for a business to recover the cash it generates from its operations and reveals the effectiveness of working capital management. A shorter cash conversion cycle indicates that the business can operate with lower financing needs, while a longer cash conversion cycle increases liquidity risk and raises dependence on external financing (Deloof, 2003; Shin & Soenen, 1998). This situation becomes even more pronounced for exporting businesses, as the length of delivery and collection periods in international trade makes working capital management one of the determining factors of performance.

Financial structure indicators contribute to the assessment of the risk dimension of performance by revealing the sources from which exports are financed. The debt ratio and financial leverage level show the financial risks that may arise when exports are financed with foreign sources and shed light on the relationship between capital structure and performance (Titman et al., 2018). However, beyond traditional accounting-based performance metrics, value-based performance indicators allow for the evaluation of the impact of export activities on the long-term firm value. Economic Value Added (EVA) reveals the true value creation by measuring whether the firm generates a return above its cost of capital, while the market value/book value ratio reflects investors' expectations regarding the firm's future performance (Stewart, 1991; Young & O'Byrne, 2001). In this respect, accounting-based performance indicators offer a holistic analytical framework that allows for the evaluation of export performance not only in terms of sales volume but also in terms of profitability, cash generation capacity, financial risk, and long-term value creation capacity.

In addition to traditional financial ratios, Multi-Criteria Decision Making (MCDM) methods, which allow performance dimensions to be evaluated with different weights, are widely used in measuring financial performance through composite indices. In this context, methods such as Analytical Hierarchy Process (AHP), Criteria Importance Through Intercriteria Correlation (CRITIC), Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS), VlseKriterijumska Optimizacija I Kompromisno Resenje (VIKOR), Entropy, Measurement of Alternatives and Ranking according to Compromise Solution (MARCOS), and Pivot Pairwise Relative Criteria Importance Assessment (PIPRECIA) are frequently preferred in determining criterion weights and ranking alternatives (Saaty, 2008; Diakoulaki et al., 1995; Puška et al., 2020; Đalić et al., 2020; Karakul & Özaydin, 2019). Fuzzy logic-based MCDM approaches, on the other hand, offer a more flexible weighting process by incorporating the uncertain evaluations of decision-makers into the model (Đalić et al., 2020).

The quality of accounting information (especially financial reporting/earnings quality) is a fundamental element determining the extent to which information regarding a company's performance and cash flows is conveyed accurately, timely, and reliably to decision-makers. Comprehensive assessments of the measures, determinants, and consequences of earnings quality show that high-quality reporting reduces information risk and increases the decision-making usefulness of financial statement information (Dechow et al., 2010). Indeed, higher reporting quality increases the effectiveness of investment decisions by reducing frictions such as information asymmetry and agency problems (Biddle et al., 2009), and it is argued that a decrease in reporting quality can increase the cost of capital through the "information risk" channel (Francis et al., 2005). In this context, improving the quality of accounting information can be considered a corporate infrastructure element that can contribute to healthier cash management and resource allocation decisions in activities with high

financing needs and working capital pressures, such as exports. Findings indicating that the likelihood and volume of exports are negatively affected, particularly as the cash conversion cycle lengthens (Mansilla-Fernández & Milgram-Baleix, 2023), suggest that the relationship between working capital management and export performance can also be discussed in the context of financial information quality. Therefore, the reliability of the financial data used in the proposed model is directly related to the quality of accounting information.

3. RESEARCH METHODOLOGY AND DESIGN

This study is a conceptual model development research aimed at measuring export performance in an integrated manner through accounting-based financial indicators. The study does not utilize an empirical dataset; instead, it establishes a theoretical framework based on the literature, and demonstrates the computational logic of the proposed model through a hypothetical application. In this respect, the research is both model development and methodological proposal.

The research process consists of four stages. In the first stage, the marketing, international business, accounting, and finance literature on measuring export performance was systematically examined, and the strengths and limitations of existing performance measurement approaches were identified. In the second stage, financial performance indicators in the literature were evaluated, and indicators that could represent export performance from an accounting perspective were determined, creating a three-dimensional structure consisting of sales-based performance, profitability-based performance, and cash flow-based performance.

In the third stage, a composite export performance index based on Z-score standardization was proposed to make the indicators, which are measured in different units, comparable. In this stage, the method for calculating the performance scores for each dimension was presented, and an initial model with equal weighting for each dimension was developed. In the final stage, the applicability of the proposed model was concretized by numerically demonstrating the calculation process of the model using a hypothetical dataset of three companies.

This methodological approach eliminates the limitations arising from measuring export performance based on only a single indicator and allows for the integrated evaluation of different financial dimensions. Furthermore, the proposed model is testable in future empirical studies using different weighting techniques and multi-criteria decision-making methods.

The primary reason for not using an empirical dataset in this study is to develop an integrated model proposal for measuring export performance through accounting-based financial indicators. The focus of the study is not on testing causal relationships between variables, but rather on bringing together performance indicators found in the literature within a systematic framework at a conceptual level. The numerical application created in this context is designed to demonstrate the computational logic of the model and does not constitute an empirical finding.

4. PROPOSED MODEL: INTEGRATED EXPORT PERFORMANCE MEASUREMENT MODEL

Accurate and holistic evaluation of export performance requires moving beyond traditional metrics based solely on sales volume. Export activities are a multi-dimensional process that directly affects a company's revenue structure, profitability, working capital requirements, and cash flow cycle. Therefore, measuring export performance should utilize accounting-based data provided by financial statements and address performance through a multi-dimensional approach.

4.1. Model Dimensions

This study proposes evaluating export performance within the framework of three key financial dimensions:

1. Sales-based performance
2. Profitability-based performance

3. Cash flow-based performance

When these three dimensions are considered together, the true contribution of exports to a company's financial success can be revealed.

4.1.1. Sales-Based Export Performance

Sales-based indicators are the most fundamental metrics revealing a company's presence in international markets and its success in market expansion. These indicators show the scale of exports, their growth trend, and their place within total operations.

Key indicators that can be used in this context include:

- Share of export sales in total sales (export intensity),
- Export sales volume,
- Export sales growth rate,
- Trend of increasing exports within total sales.

Sales-based performance indicators reveal a company's success in entering foreign markets and its level of market diversification, but they are insufficient to explain the financial effectiveness of exports alone. Therefore, sales performance should be evaluated in conjunction with profitability and cash flow dimensions.

4.1.2. Profitability-Based Export Performance

The most critical factor for the sustainability of export activities is the profit these activities generate for the business. Export activities carried out with high sales volume, but low profitability can weaken the financial structure of the business. Therefore, it is essential to use profitability-based indicators in evaluating export performance.

The main indicators that can be used at this level are as follows:

- Gross profit margin
- Operating profit margin
- Net profit margin
- Return on assets (ROA)
- Return on equity (ROE)

These indicators reveal the extent to which exports contribute to the overall financial performance of the business. Measuring profitability-based performance allows for an assessment of whether exports are not only a means of growth but also a tool for value creation.

4.1.3. Cash Flow Based Export Performance

Export activities often place significant pressure on a company's cash cycle due to long collection periods and high working capital requirements. Therefore, cash flow-based indicators should be considered when evaluating export performance.

Key indicators that can be used in this context include:

- Cash conversion cycle,
- Accounts receivable collection period,
- Inventory holding period,
- Trade payable period,
- Cash flow/sales from operations.

Short cash conversion cycles indicate that export activities are carried out with a lower financing burden, reducing the company's liquidity risk. This is a critical indicator for the financial sustainability of export performance.

4.2. Evaluation Logic of the Integrated Model

In the proposed model, export performance is measured not by a single indicator, but by evaluating three dimensions together. This approach allows for the simultaneous analysis of exports':

- market penetration (sales dimension),
- value provided to the business (profitability dimension),
- financial sustainability (cash flow dimension).

In this context, a business with high export performance is expected to have:

- a high share of export sales,
- a strong level of profitability,
- a short cash conversion cycle.

Due to the multifaceted nature of export performance, it is necessary to convert different financial indicators into a single performance score. However, since these indicators have different units of measurement (rate, percentage, day, etc.), they are not directly comparable. Therefore, this study proposes a two-stage method for calculating the composite index. In the first stage, the variables are standardized, and in the second stage, the dimensional and overall performance scores are calculated.

4.3. Method of Calculating the Index

4.3.1. Standardization of Indicators

A Z-score transformation is applied to each financial indicator:

$$Z_{ij} = \frac{X_{ij} - \bar{X}_j}{S_j}$$

As a result of this transformation, all variables are brought to a common scale with a mean of zero and a standard deviation of one. This makes indicators with different units of measurement comparable.

For indicators where a low value is desirable, such as cash conversion cycle and accounts receivable collection cycle, the sign of the resulting Z-value is reversed to align with the performance aspect.

4.3.2. Calculating Dimensional Scores

Each performance dimension (sales, profitability, and cash flow) may consist of multiple indicators. Therefore, the dimension score is obtained by taking the arithmetic mean of the Z-scores for the relevant dimension.

$$\text{Dimension Score} = \frac{\sum Z_{\text{indicators}}}{\text{Number of indicators}} = \frac{\sum Z_i}{n}$$

This process is done separately for each dimension:

- Sales performance score
- Profitability performance score
- Cash flow performance score

The values obtained at this stage represent the standardized dimension performance.

4.3.3. Calculation of the Composite Export Performance Index (EPI)

The overall export performance score is calculated by taking the equally weighted arithmetic mean of three key dimensions:

$$EPI = \frac{\text{Sales Performance Score} + \text{Profitability Performance Score} + \text{Cash Flow Performance Score}}{3}$$

In this approach, equal weighting was chosen as the initial model because there is no empirical evidence regarding the relative importance of the dimensions. However, in future empirical studies, the relative importance of the dimensions can be determined using different weighting methods (entropy, AHP, Principal Component Analysis (PCA), etc.).

Measuring export performance holistically requires bringing together indicators representing different financial dimensions within a systematic framework. The composite export performance index proposed in this study is based on a three-dimensional structure that evaluates the impact of export activities on the business not only in terms of sales volume but also in terms of profitability and cash generation capacity. The sales-based performance dimension reveals the contribution of exports to the company's growth and expansion in foreign markets; the profitability-based performance dimension measures the impact of export activities on production, operations, and overall financial success. The cash flow-based performance dimension allows for the analysis of the consequences of exports on the company's financing needs, working capital efficiency, and the cash conversion power of sales. In this context, a measurement matrix was created for each indicator by determining the calculation method, the expected direction of performance, and the financial meaning it represents. Thus, a standardized structure was established that allows indicators with different units of measurement to be evaluated within the same analytical framework. The dimensions, indicators, and calculation methods used in the proposed composite export performance index are presented in Table 2.

Table 2. Export Performance Composite Index Measurement Matrix

Dimension	Indicator	Calculation	Expected Direction	Description
Sales-Based Performance	Export Intensity	Export Sales / Net Sales	+	Indicates the share of exports in total operations
	Export Sales Growth	$(\text{Export}_t - \text{Export}_{t-1}) / \text{Export}_{t-1}$	+	Measures expansion in foreign markets
	Contribution of Exports to Total Sales Growth	Export Growth / Total Sales Growth	+	Indicates whether growth is export-driven
Profitability-Based Performance	Gross Profit Margin	Gross Profit / Net Sales	+	Reflects the effect of exports on production profitability
	Operating Profit Margin	Operating Profit / Net Sales	+	Indicates operational efficiency
	Net Profit Margin	Net Profit / Net Sales	+	Reflects overall financial success
	Return on Assets (ROA)	Net Profit / Total Assets	+	Indicates efficiency in asset utilization
	Return on Equity (ROE)	Net Profit / Equity	+	Reflects return to shareholders
Cash Flow-Based Performance	Cash Conversion Cycle (CCC)	Inventory Days + Receivables Days – Payables Days	–	Indicates financing requirement
	Receivables Collection Period	$365 / \text{Receivables Turnover}$	–	Reflects export collection efficiency
	Operating Cash Flow Ratio	Operating Cash Flow / Net Sales	+	Indicates the ability of sales to generate cash
	Working Capital Turnover	Net Sales / Net Working Capital	+	Reflects efficiency in working capital utilization

The proposed composite index:

- Reflects the multidimensional nature of export performance

- Enables inter-firm comparisons
- Suitable for time series analysis
- Can be used in panel data studies
- Reduces deviations resulting from univariate measurement.

In this respect, it offers an integrated, accounting-based performance measurement tool for both academic studies and practitioners.

An examination of approaches to measuring export performance in the literature reveals that existing measurement methods focus on a specific dimension of performance and are therefore insufficient for a holistic assessment. In particular, sales-based indicators, while revealing the volumetric size of exports, do not consider elements that determine financial sustainability, such as profitability and cash flow. Similarly, assessments based solely on financial ratios offer limited information about export growth dynamics and expansion performance in foreign markets. This situation highlights the need for measurement models that consider the multi-dimensional nature of export performance and combine different financial indicators within a common analytical framework.

The composite export performance model proposed in this study aims to overcome the limitations of traditional approaches and evaluates export performance within an integrated framework that considers sales, profitability, and cash flow dimensions together. Furthermore, the model enables the creation of an index that allows for inter-company and inter-period comparisons by standardizing financial indicators with different units of measurement. Thus, it becomes possible to analyze export performance not only in terms of size but also in terms of financial sustainability and value creation capacity. The key differences between the proposed model and traditional measurement approaches are presented comparatively in Table 3.

Table 3. Comparison of Traditional and Proposed Export Performance Models.

Criterion	Traditional Measurement	Proposed Model
Multidimensionality	Not available	Available
Financial sustainability	Not measured	Measured
Comparability	Low	High
Index construction	Not available	Available

4.4. Steps in Calculating the Export Performance Index: A Quantitative Application

The calculation process for the proposed composite export performance index consists of three stages. This process includes converting financial indicators with different units of measurement into a common scale, obtaining performance scores on a dimension basis, and calculating the final performance index.

To provide a concrete and measurable demonstration of the calculation process for the proposed composite export performance index, a hypothetical dataset consisting of three companies was created. This dataset was designed to show step-by-step how the indicators representing the sales-based, profitability-based, and cash flow-based performance dimensions included in the model were standardized and how the composite index value was obtained. Accordingly, export intensity was determined as the key indicator representing sales-based performance, return on assets (ROA) as the key indicator representing profitability-based performance, and cash conversion cycle as the key indicator representing cash flow-based performance. By presenting the raw financial data and the mean and standard deviation values to be used in Z-score standardization for each company, a methodological basis was established for making indicators with different units of measurement comparable and for calculating the composite export performance index. The sample dataset and descriptive statistics for the calculation of the export performance index are presented in Table 4.

Table 4. Sample Data Set and Descriptive Statistics for Export Performance Index Calculation

Firm	Export Intensity	ROA	Cash Conversion Cycle (days)
A	0.400	0.120	90
B	0.250	0.080	120
C	0.150	0.050	150
Mean	0.267	0.083	120
Standard Deviation	0.126	0.035	30

The average for each financial indicator is calculated as follows: $\bar{x} = (\sum Xi / n)$

For example, the average of the export intensity indicators was calculated as follows:

$$\bar{X} = \frac{0,400 + 0,250 + 0,150}{3} = 0,267$$

Averages are calculated in the same way for other financial indicators as well.

Using the descriptive statistics (Mean–Standard Deviation) given in Table 4, Z-scores were calculated for each business as follows. In this example, the sales dimension is represented by export intensity, the profitability dimension by ROA, and the cash flow dimension by cash conversion cycle (CCC). Since a low CCC is a desirable indicator, the sign of the calculated Z-score was reversed to align with the performance aspect.

✓ **Z-Scores for Business A:**

- Sales (Export Intensity) $\rightarrow Z = \frac{0,400 - 0,267}{0,126} = \frac{0,133}{0,126} = 1,056$
- Profitability (ROA) $\rightarrow Z = \frac{0,120 - 0,083}{0,035} = \frac{0,037}{0,035} = 1,057$
- Cash Conversion Cycle (CCC) $\rightarrow Z = \frac{90 - 120}{30} = -1,000$
 $Z^* = 1,000$
 * The sign of the Z value has been reversed.

Z-scores are calculated similarly for other businesses as well. Each dimension may consist of more than one indicator. In this case, the arithmetic mean of the Z-scores for the relevant dimension is taken. For example, if the sales dimension consisted of two indicators (export intensity and export growth rate), the average of the Z-scores of both indicators would constitute the Z-score for the sales dimension.

Z-score standardization was applied to make the indicators comparable using the raw data presented in Table 4. This transformation transferred each variable to a common scale with a mean of zero and a standard deviation of one. This made it possible to evaluate financial indicators with different units of measurement within the same analytical framework. For indicators where a low value is desired, such as cash conversion cycle (CCC) and accounts receivable collection cycle, the sign of the obtained Z-scores was reversed to accurately reflect the direction of performance. As a result of this process, all indicators were standardized so that higher values indicate better performance. The standardized performance scores of the companies are presented in Table 5.

Table 5. Calculated Z-Scores for the Sample Data Set

Firm	Sales Z-Score	Profitability Z-Score	Cash Flow Z-Score*
A	1.056	1.057	1.000
B	-0.135	-0.086	0.000
C	-0.929	-0.943	-1.000

* The sign of the Z-score is reversed.

Table 5 shows that as a result of the standardization process, each indicator has become comparable. Accordingly, it is understood that company A has the highest performance value in terms of export intensity and return on assets, while company C is below average in both indicators. For the cash conversion cycle, since a shorter cycle indicates higher performance, the Z-scores were reversed. The results show that Company A has the highest performance in this dimension as well. The values obtained at this stage serve as the basis for calculating the dimension-based performance scores and for constructing the composite export performance index.

The overall performance score is calculated by taking the arithmetic mean of the three dimensions. Using a hypothetical dataset of three companies, the Combined Export Performance Index (EPI) will be calculated as follows:

$$EPI = \frac{\text{Sales Performance Score} + \text{Profitability Performance Score} + \text{Cash Flow Performance Score}}{3}$$

$$\begin{aligned} \text{Firm A} & \rightarrow EPI = \frac{1.056 + 1.057 + 1.000}{3} = 1.038 \\ \text{Firm B} & \rightarrow EPI = \frac{-0.135 - 0.086 + 0.000}{3} = -0.074 \\ \text{Firm C} & \rightarrow EPI = \frac{-0.929 - 0.943 - 1.000}{3} = -0.957 \end{aligned}$$

Using standardized indicators, scores were obtained for each company regarding sales-based performance, profitability-based performance, and cash flow-based performance dimensions. In this study, equal weights were assumed for the dimensions in the initial model, and the composite export performance index was calculated as the arithmetic mean of the performance scores of the three dimensions. Thus, export performance was evaluated within a multidimensional framework without relying on a single financial indicator. The composite export performance index values for the companies are presented in Table 6.

Table 6. Composite Export Performance Index (EPI) Scores

Firm	EPI
A	1,038
B	-0,074
C	-0,957

According to the composite export performance index results presented in Table 6, company A has the highest performance value. This company's above-average performance in sales-based, profitability-based, and cash flow-based indicators resulted in a high integrated index value. Company B performed close to average, while company C had the lowest index value as it performed below average in all dimensions. These findings indicate that evaluating export performance solely based on sales volume can be misleading; considering profitability and cash flow dimensions together provides a more realistic performance assessment. The proposed composite index allows monitoring the multifaceted impact of export activities on a company's financial structure through a single performance indicator.

This approach makes it possible to identify export activities that, despite having high export volumes, are not financially sustainable due to low profitability or long cash conversion cycles. Therefore, the proposed index offers an integrated performance measurement tool that allows for the analysis of the financial consequences of export performance within a multi-dimensional framework.

5. DISCUSSION AND CONCLUSION

This study demonstrates that the sales-based, one-dimensional approaches commonly used in the literature for measuring export performance are insufficient in explaining the financial success of a business. It proposes an accounting-based measurement model that allows for a holistic evaluation of the financial results of exports. The main finding of the study is that export performance should be evaluated not only in terms of the level or growth rate of export sales, but also in terms of the contribution of these activities to the company's profitability, cash generation capacity, and financial sustainability. The model developed in this context considers export performance within an integrated structure of three fundamental financial dimensions: sales-based performance, profitability-based performance, and cash flow-based performance.

The theoretical contribution of this study is to bring together the market-based output approach, which dominates the marketing literature in evaluating export performance, and the value-based performance measurement approach found in the accounting and finance literature, within the same analytical framework. In this respect, the study offers an interdisciplinary performance measurement perspective that allows for the correlation of export performance with firm value. This approach, which demonstrates that export performance should be considered not only in terms of market outputs but also in conjunction with the firm's value creation capacity, provides a conceptual integration between the international marketing literature and the accounting-based performance measurement understanding.

Methodologically, the study presents a systematic framework for measuring export performance using financial statement data and demonstrates that financial indicators of different scales can be standardized and transformed into a single comparable performance score. This approach provides a measurement infrastructure suitable for inter-firm comparisons, monitoring performance changes over time, and panel data analysis. In this respect, the proposed model serves as a testable and improvable analytical tool for future empirical research.

The practical contribution of this study is that it offers business managers the opportunity to evaluate their export strategies not only in terms of sales increase targets, but also within a holistic performance framework that centers on financial sustainability. Thanks to the proposed model, it will be possible to identify export activities that generate high sales volume but fail to generate profitability or negatively impact cash flow at an early stage, and to make more rational resource allocation decisions. Furthermore, the multi-dimensional performance approach offered by the model can contribute to policymakers developing more robust performance indicators for evaluating the quality of exports.

However, since this study is a conceptual model proposal, it has not been tested with empirical data. Future studies can test the validity of the proposed performance index, determine the relative weights of the dimensions, and compare alternative weighting methods through applications on different sectors and country samples. In addition, including variables such as accounting information quality, exchange rate risk management, and financing structure in the model will contribute to a more comprehensive analysis of the financial determinants of export performance.

In conclusion, this study demonstrates the need to move beyond the traditional sales volume-based approach to evaluating export performance and proposes an integrated measurement framework that considers exports in conjunction with the company's profitability, cash flow, and financial sustainability dimensions. In this respect, the study contributes conceptually to the academic literature and develops a more realistic and sustainable performance evaluation perspective for practitioners.

This study aims to develop a conceptual model and has not been tested with an empirical dataset. This prevents a comparative evaluation of the proposed composite export performance index across different sectors, country groups, and firm sizes. Furthermore, the dimensions included in the model are treated with equal weighting, and no weighting analysis has been conducted to determine the relative importance of the dimensions. In future studies, dimension weights can be determined using Multi-Criteria Decision Making methods or statistical techniques, and the model can be tested on empirical datasets.

However, although the financial indicators used in this study were selected from generally accepted accounting-based performance metrics, sector-specific performance dynamics may differ. Therefore, in future research, it is possible to adapt the model by creating different sets of indicators on a sectoral basis. In addition, the explanatory power of the model can be increased by examining the dynamic structure of export performance through panel data and time series analyses.

REFERENCES

- Aaby, N. E., & Slater, S. F. (1989). Management influences on export performance. *International Marketing Review*, 6(4), 7–26.
- Biddle, G. C., Hilary, G., & Verdi, R. S. (2009). How does financial reporting quality relate to investment efficiency? *Journal of Accounting and Economics*, 48(2-3), 112-131. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2009.09.001>
- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2017). *Financial management: Theory & practice* (15th ed.). Cengage Learning.
- Cavusgil, S. T., & Zou, S. (1994). Marketing strategy–performance relationship. *Journal of Marketing*, 58(1), 1-21. <https://doi.org/10.1177/002224299405800101>

- Chenhall, R. H. (2003). Management control systems design. *Accounting, Organizations and Society*, 28(2–3), 127-168. [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(01\)00027-7](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(01)00027-7)
- Đalić, I., Stević, Ž., Karamasa, C., & Puška, A. (2020). A novel integrated fuzzy PIPRECIA–interval rough SAW model: Green supplier selection. *Decision Making: Applications in Management and Engineering*, 3(1), 126-145. <https://doi.org/10.31181/dmame2003114d>
- Dechow, P. M., Ge, W., & Schrand, C. (2010). Understanding earnings quality: A review of the proxies, their determinants and their consequences. *Journal of Accounting and Economics*, 50(2-3), 344-401. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2010.09.001>
- Deloof, M. (2003). Does working capital management affect profitability of Belgian firms? *Journal of Business Finance & Accounting*, 30(3–4), 573–588. <https://doi.org/10.1111/1468-5957.00008>
- Diakoulaki, D., Mavrotas, G., & Papayannakis, L. (1995). Determining objective weights in multiple criteria problems: The CRITIC method. *Computers & Operations Research*, 22(7), 763-770. [https://doi.org/10.1016/0305-0548\(94\)00059-H](https://doi.org/10.1016/0305-0548(94)00059-H)
- Francis, J., LaFond, R., Olsson, P. M., & Schipper, K. (2005). The market pricing of accruals quality. *Journal of Accounting and Economics*, 39(2), 295-327. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2004.06.003>
- García-Teruel, P. J., & Martínez-Solano, P. (2007). Effects of working capital management on SME profitability. *International Journal of Managerial Finance*, 3(2), 164–177. <https://doi.org/10.1108/17439130710738718>
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2020). *Strategic management: Competitiveness and globalization* (13th ed.). Cengage Learning.
- Karakul, A. K., & Özaydın, G. (2019). TOPSIS ve VIKOR Yöntemleri ile finansal performans değerlendirmesi: XELKT üzerinde bir uygulama. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (60), 68-86.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2020). *Intermediate accounting* (17th ed.). Wiley.
- Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S., & Samiee, S. (2002). Marketing strategy determinants of export performance: a meta-analysis. *Journal of Business research*, 55(1), 51-67. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(00\)00133-8](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(00)00133-8)
- Mansilla-Fernández, J. M., & Milgram-Baleix, J. (2023). Working capital management, financial constraints and exports: Evidence from European and US manufacturers. *Empirical Economics*, 64(4), 1769-1810. <https://doi.org/10.1007/s00181-022-02295-5>
- Penman, S. H. (2013). *Financial statement analysis and security valuation* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Puška, A., Stojanović, I., Maksimović, A., & Osmanović, N. (2020). Evaluation software of project management by using measurement of alternatives and ranking according to compromise solution (MARCOS) method. *Operational Research in Engineering Sciences: Theory and Applications*, 3(1), 89-102. <https://doi.org/10.31181/oresta2001089p>
- Richard, P. J., Devinney, T. M., Yip, G. S., & Johnson, G. (2009). Measuring organizational performance: Towards methodological best practice. *Journal of Management*, 35(3), 718-804. <https://doi.org/10.1177/0149206308330560>
- Saaty, T. L. (2008). Decision making with the analytic hierarchy process. *International journal of services sciences*, 1(1), 83-98. <https://doi.org/10.1504/IJSSCI.2008.017590>
- Shin, H. H., & Soenen, L. (1998). Efficiency of working capital management and corporate profitability. *Financial Practice and Education*, 8(2), 37-45.
- Stewart, G. B. (1991). *The quest for value: A guide for senior managers*. HarperCollins.

- Titman, S., Keown, A. J., & Martin, J. D. (2018). *Financial management: Principles and applications* (13th ed.). Pearson.
- Young, S. D., & O'Byrne, S. F. (2001). *EVA and value-based management: A practical guide to implementation*. McGraw-Hill.
- Zou, S., Taylor, C. R., & Osland, G. E. (1998). The EXPERF Scale: A Cross-National Generalized Export Performance Measure. *Journal of International Marketing*, 6(3), 37-58.
<https://doi.org/10.1177/1069031X9800600307>
- Zou, S., & Stan, S. (1998). The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997. *International marketing review*, 15(5), 333-356.

İnsan Sermayesi Yoğunluğu Operasyonel Performansı Artırır mı? Türk Bankacılık Sektöründen Ampirik Kanıtlar

Servet SAY^a

^aDoç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü, Konya, Türkiye, servetsay@selcuk.edu.tr - ORCID: 0000-0003-4216-6650

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, Türk bankacılık sektöründe insan sermayesi yoğunluğunun bankaların operasyonel performansı üzerindeki etkisini incelemektir. Araştırma, 2014–2024 döneminde faaliyet gösteren 13 bankaya ait panel veriler kullanılarak gerçekleştirilmiştir. İnsan sermayesi yoğunluğu, personel giderleri ile kıdem tazminatı yükümlülüklerinin toplam aktiflere oranı (PKT) ile ölçülmüş operasyonel performans ise net faaliyet kârının toplam aktiflere oranı (NET) ile değerlendirilmiştir. Modelde ayrıca sermaye yeterlilik oranı (SYO) ve özkaynakların toplam aktiflere oranı (ÖTA) kontrol değişkenleri olarak yer almıştır. Sabit etkiler panel regresyon sonuçlarına göre, insan sermayesi yoğunluğunun operasyonel performans üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunmamıştır. Buna karşılık sermaye yeterlilik oranı ve özkaynak oranının operasyonel performans üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi tespit edilmiştir. Bulgular, Türk bankacılık sektöründe operasyonel kârlılığın insan sermayesi yoğunluğundan ziyade finansal yapı ve sermaye gücü ile daha yakından ilişkili olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: İnsan Sermayesi Yoğunluğu, Operasyonel Performans, Bankacılık Sektörü

Does Human Capital Intensity Enhance Operating Performance? Evidence from the Turkish Banking Sector

ABSTRACT

This study investigates the impact of human capital intensity on the operating performance of banks in the Turkish banking sector. The analysis is based on panel data covering 13 banks over the period 2014–2024. Human capital intensity is measured by the ratio of personnel expenses and severance pay liabilities to total assets (PKT), while operating performance is proxied by the ratio of net operating profit to total assets (NET). The model also includes capital adequacy ratio (SYO) and equity-to-total assets ratio (OTA) as control variables. According to the fixed effects panel regression results, human capital intensity does not have a statistically significant effect on operating performance. However, capital adequacy and equity ratio exhibit positive and highly significant effects. The findings suggest that operating profitability in the Turkish banking sector is more closely associated with financial strength and capital structure rather than human capital intensity.

Keywords: Human Capital Intensity, Operating Performance, Banking Sector

Received: 17.12.2025

Accepted: 21.03.2026

Published: 28.03.2026

Cite as: Say, S. (2026). İnsan sermayesi yoğunluğu operasyonel performansı artırır mı? Türk bankacılık sektöründen ampirik kanıtlar. *Anatolia Social Research Journal*, 5 (1), 111-122. <https://doi.org/10.5281/zenodo.19320479>

EXTENDED ABSTRACT

Purpose

In knowledge-based economies, human capital is widely regarded as a critical determinant of firm performance, particularly in service-intensive sectors such as banking. The theoretical foundations of human capital theory suggest that investments in employee skills, expertise, and experience enhance productivity and organizational outcomes. However, empirical findings in banking literature indicate that financial structure and capital strength may play a more dominant role in determining performance outcomes. The primary objective of this study is to examine whether human capital intensity significantly affects the operating performance of banks operating in the Turkish banking sector. Unlike studies that measure human capital through qualitative or efficiency-based indicators, this research conceptualizes human capital intensity as the relative financial burden of human resources within total assets. Specifically, it investigates whether the ratio of personnel expenses and severance pay liabilities to total assets influences operating profitability.

Design/Methodology/Approach

The study employs panel data analysis covering 13 banks operating in Türkiye over the period 2014–2024. Human capital intensity (PKT) is measured as the ratio of personnel expenses plus severance pay liabilities to total assets. Operating performance (NET) is proxied by the ratio of net operating profit to total assets. To control for financial strength and capital structure effects, two additional variables are included in the model: capital adequacy ratio (SYO) and equity-to-total assets ratio (OTA). The econometric model is estimated using fixed effects panel regression, following model selection tests comparing pooled OLS, fixed effects, and random effects estimators. Prior to regression analysis, correlation analysis, multicollinearity diagnostics, and Fisher-type ADF panel unit root tests are conducted to ensure the suitability of the data.

Findings

The empirical results indicate that human capital intensity (PKT) does not have a statistically significant effect on operating performance (NET). This finding suggests that the relative financial weight of personnel-related costs within total assets does not directly translate into higher operating profitability in the Turkish banking sector. In contrast, capital adequacy ratio (SYO) and equity ratio (OTA) exhibit positive and highly significant effects on operating performance. These findings demonstrate that banks with stronger capital structures and higher financial resilience tend to achieve superior operational profitability. The results imply that, within the Turkish banking context, operating performance is more closely associated with financial strength and capital structure than with human capital cost intensity.

Practical Implications

From a managerial perspective, the findings suggest that strengthening capital structure and maintaining adequate capital buffers remain critical for sustaining operational profitability. While investments in human resources are strategically important, their short-term impact on profitability may not be directly observable when measured solely through cost-based indicators. For policymakers and regulators, the results reinforce the importance of prudential regulations and capital adequacy frameworks in supporting banking sector stability and performance. The study also highlights that measuring human capital solely through financial cost ratios may underestimate its long-term strategic contribution. Future managerial strategies should therefore evaluate human capital not only as a cost component but also as a productivity-enhancing and innovation-driven asset.

Originality / Value

This study contributes to the literature in several ways. First, it operationalizes human capital intensity using a balance sheet-based financial ratio, offering a financial reporting perspective to the human capital-performance relationship. Second, it evaluates human capital cost intensity and capital structure variables within the same empirical framework, allowing for a comparative assessment of their relative explanatory power. Third, by focusing on the Turkish banking sector over a recent ten-year period (2014–2024), the study

provides updated empirical evidence in a highly regulated and capital-intensive financial system. Overall, the findings challenge the assumption that higher human capital cost intensity necessarily improves operating profitability in banking and emphasize the dominant role of financial structure in shaping operational outcomes.

1. GİRİŞ

Bilgi ekonomisinin hâkim olduğu günümüz finansal sisteminde, işletmelerin rekabet avantajı elde etmesinde maddi varlıkların yanı sıra beşerî unsurların rolü giderek artmaktadır. Özellikle hizmet sektöründe faaliyet gösteren kurumlar açısından insan sermayesi bilgi, deneyim, uzmanlık, analitik düşünme kapasitesi ve kurumsal öğrenme süreçleri aracılığıyla değer yaratan temel bir üretim faktörü haline gelmiştir. Bankacılık sektörü ise doğrudan bilgi yoğun faaliyet yapısı, risk yönetimi süreçleri ve finansal aracılık fonksiyonu nedeniyle insan sermayesinin kritik öneme sahip olduğu sektörlerin başında gelmektedir.

Bankacılık sektörü, tasarruf fazlası bulunan ekonomik birimlerle finansman ihtiyacı duyan kesimler arasında aracılık işlevi üstlenerek kaynak transferini gerçekleştirmekte ve bu süreçten faaliyet geliri elde etmektedir. Söz konusu gelirlerin önemli bir kısmı, müşterilere tahsis edilen krediler karşılığında tahakkuk eden faiz gelirlerinden oluşmaktadır. Bununla birlikte bankaların gelir yapısı yalnızca faiz gelirleriyle sınırlı olmayıp, faiz dışı gelir kalemleri de toplam gelirler içinde kayda değer bir paya sahiptir. Faiz dışı gelirler bankaların temel aracılık faaliyetlerine ek olarak sundukları çeşitli finansal hizmetler karşılığında tahsil ettikleri ücret, komisyon ve benzeri gelir unsurlarını kapsamaktadır. Faiz gelirleri ise kredilerden, para piyasası işlemlerinden, diğer bankalardan ve menkul kıymet yatırımlarından elde edilen faiz kazançlarını içermektedir. Buna karşılık faiz dışı gelirler, faiz gelirlerine kıyasla daha heterojen bir yapıya sahip olup piyasa koşullarındaki fiyat değişimlerine duyarlı, dalgalanma düzeyi görece yüksek ve getirisi değişken nitelikte olan gelir kaynakları olarak değerlendirilmektedir (Babuşçu vd., 2017).

İnsan sermayesi teorisine göre bireyler, eğitim ve yetkinliklerine yaptıkları yatırımlar sayesinde verimliliklerini yükseltmekte bu durum da onların işgücü piyasasında daha güçlü ve rekabetçi bir konuma ulaşmalarını sağlamaktadır. İnsan sermayesi teorisi, çalışanların eğitim düzeyi, beceri birikimi ve kurumsal deneyimlerinin işletme performansı üzerinde pozitif etki yaratacağını öngörmektedir. Bu çerçevede, nitelikli iş gücüne yapılan yatırımların verimlilik artışı, hizmet kalitesi iyileşmesi ve kârlılık artışı yoluyla işletme performansını desteklemesi beklenir (Tunç, 1998). Bankacılık sektöründe ise kredi tahsis süreçleri, risk değerlendirme mekanizmaları, finansal ürün geliştirme faaliyetleri ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi operasyonel süreçler büyük ölçüde insan kaynağına dayanmaktadır. Dolayısıyla insan sermayesi yoğunluğunun operasyonel performansı artırması teorik olarak güçlü bir beklentidir. Bununla birlikte literatürde insan sermayesi ile finansal veya operasyonel performans arasındaki ilişkinin her zaman doğrudan ve güçlü olmadığına dair bulgular da mevcuttur. Özellikle bankacılık gibi yüksek düzenlemeye tabi sektörlerde sermaye yeterliliği, özkaynak yapısı ve finansal sağlamlık göstergeleri performans üzerinde belirleyici rol oynayabilmektedir. Bu durum, insan sermayesi yatırımlarının kısa vadede maliyet unsuru olarak değerlendirilmesi ve performans üzerindeki etkisinin dolaylı ya da gecikmeli ortaya çıkması ihtimalini gündeme getirmektedir.

Türkiye bankacılık sektöründe 2000’li yılların başından itibaren küreselleşme sürecinin hız kazanması, teknolojik dönüşümün finansal hizmetlere entegre edilmesi, enflasyon ve faiz oranlarında gözlenen gerileme eğilimi, sektörde artan rekabet baskısı ve buna bağlı olarak daralan kâr marjları, bankaların gelir yapılarında stratejik değişimlere yönelmelerine neden olmuştur. Bu çerçevede bankalar, kârlılık düzeylerini sürdürülebilir kılmak ve artırmak amacıyla müşteri odaklı hizmet anlayışını ön plana çıkarmışlardır. Söz konusu yaklaşım doğrultusunda yalnızca mevduat toplama ve kredi tahsis etme gibi geleneksel bankacılık faaliyetleriyle yetinilmeyip, yeni finansal ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi suretiyle gelir tabanının genişletilmesi hedeflenmiştir. Bu dönüşüm süreci, bankaların hem temel aracılık faaliyetlerinden elde ettikleri gelirleri hem de geleneksel olmayan gelir kalemlerini çeşitlendirdikleri daha kapsamlı bir faaliyet yapısına yönelmeleriyle sonuçlanmıştır. Nitekim faiz dışı gelir kaynaklarına ağırlık veren bankalarda, bu kalemlerin toplam faaliyet gelirleri içerisindeki payının giderek arttığı gözlemlenmektedir (Yazgan, 2023).

Türk bankacılık sektörü, 2001 krizinden önemli ölçüde etkilenmiş sonrasında gerçekleştirilen yapısal reformlar ve güçlü düzenleyici çerçeve sayesinde sağlam sermaye yapısı ile dikkat çekmiştir (Aksoy & Ekim Kocaman, 2025). Özellikle Basel düzenlemeleri kapsamında sermaye yeterlilik oranlarının yüksek tutulması ve risk yönetimi uygulamalarının geliştirilmesi, sektörün finansal dayanıklılığını artırmıştır. Bu bağlamda, operasyonel performansın belirleyicilerinin insan sermayesinden ziyade sermaye yapısı ve finansal güç göstergeleri olması olasıdır. Ancak bu ilişkinin ampirik olarak test edilmesi önem arz etmektedir. Bu çalışma, Türk bankacılık sektöründe insan sermayesi yoğunluğunun bankaların operasyonel performansı üzerindeki etkisini 2014–2024 dönemini kapsayan panel veri analizi ile incelemektedir. İnsan sermayesi yoğunluğu, personel giderleri ile kıdem tazminatı yükümlülüklerinin toplam aktiflere oranı (PKT) aracılığıyla ölçülmekte operasyonel performans ise net faaliyet kârının toplam aktiflere oranı (NET) ile temsil edilmektedir. Modelde ayrıca sermaye yeterlilik oranı (SYO) ve özkaynakların toplam aktiflere oranı (OTA) kontrol değişkenleri olarak yer almaktadır.

Çalışmanın temel amacı, insan sermayesi maliyet yoğunluğunun operasyonel kârlılık üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunup bulunmadığını ortaya koymaktır. Bu doğrultuda geliştirilen temel hipotez, insan sermayesi yoğunluğunun bankaların operasyonel performansını anlamlı biçimde etkilediği yönündedir. Elde edilen bulgular, insan sermayesi yoğunluğunun operasyonel performans üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin bulunmadığını buna karşılık sermaye yeterlilik oranı ve özkaynak oranının operasyonel performansı pozitif ve güçlü biçimde etkilediğini göstermektedir. Bu yönüyle çalışma, bankacılık sektöründe performansın belirleyicilerine ilişkin literatüre iki açıdan katkı sunmaktadır. Birincisi, insan sermayesi yoğunluğunu bilanço temelli bir oran üzerinden ölçerek finansal raporlama perspektifi ile ele almaktadır. İkincisi ise insan sermayesi ile finansal yapı değişkenlerini aynı model içinde değerlendirerek operasyonel performansın hangi faktörlerle daha yakından ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bulgular, Türk bankacılık sektöründe operasyonel kârlılığın insan sermayesi yoğunluğundan ziyade finansal güç ve sermaye yapısı ile daha güçlü bir ilişki içinde olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak bu çalışma, insan sermayesinin bankacılık sektöründeki rolünü finansal performans bağlamında yeniden değerlendirmekte ve sermaye yapısının operasyonel kârlılık üzerindeki belirleyici etkisini ampirik kanıtlarla ortaya koymaktadır. Bu durum, bankaların stratejik kaynak tahsis kararlarında finansal sağlamlığın kısa vadeli performans açısından daha baskın bir unsur olabileceğine işaret etmektedir.

2. İLGİLİ LİTERATÜR

İnsan sermayesi, entelektüel sermaye ve banka performansı arasındaki ilişki hem teorik hem de ampirik literatürde uzun süredir tartışılan konular arasında yer almaktadır. Özellikle bilgi yoğun sektörlerde faaliyet gösteren bankalar açısından insan kaynağının niteliği, organizasyonel etkinlik, kârlılık ve finansal istikrar üzerinde belirleyici bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte literatürde elde edilen bulgular homojen değildir. Bazı çalışmalar insan sermayesi ve entelektüel sermaye göstergelerinin performans üzerinde pozitif ve anlamlı etkiler yarattığını ortaya koyarken, bazı araştırmalar bankacılık sektöründe sermaye yeterliliği, finansal yapı ve gelir kompozisyonunun performans üzerindeki daha baskın rolüne işaret etmektedir. Bu çerçevede mevcut literatür insan sermayesi etkinliği, organizasyonel verimlilik, gelir çeşitlendirmesi, sermaye yapısı ve finansal istikrar değişkenlerini farklı yöntemler ve örneklemeler üzerinden analiz ederek bankacılık performansının çok boyutlu yapısını ortaya koymaktadır. Aşağıda, çalışmanın kuramsal çerçevesini destekleyen ve araştırma hipotezinin temellendirilmesine katkı sağlayan ampirik çalışmalar özetlenmektedir.

Karacaer ve Aygün (2009) tarafından gerçekleştirilen çalışmanın temel amacı, entelektüel sermayenin firma performansı üzerindeki etkisini Türk sermaye piyasası bağlamında ampirik olarak incelemektir. Araştırmada, 2007 yılına ilişkin İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören ve finansal kuruluşlar kapsam dışında bırakılarak belirlenen 50 firmanın verileri kullanılmış entelektüel sermayenin ölçümünde Katma Değer Entelektüel Sermaye Katsayısı (VAIC) modeli esas alınmıştır. Çalışmada bağımsız değişkenler olarak kullanılan sermaye etkinliği, insan sermayesi etkinliği ve yapısal sermaye etkinliği, bağımlı değişkenler olarak ise aktif kârlılık oranı (ROA), varlık devir hızı (ATO) ve piyasa değeri/defter değeri oranı (MB)

kullanılmış, ayrıca kaldıraç oranı (LEV) ve özsermaye kârlılığı (ROE) kontrol değişkeni olarak modele dâhil edilmiştir. Yöntem olarak korelasyon ve çoklu regresyon analizlerinden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgular, yapısal sermaye etkinliği katsayısı dışında entelektüel sermaye katsayıları ile firma performansı arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunduğunu göstermektedir. Özellikle kullanılan sermaye etkinliği ve insan sermayesi etkinliğinin aktif kârlılık üzerinde anlamlı ve pozitif etkiler yarattığı, verimlilik modeli kapsamında ise kullanılan sermaye etkinliğinin istatistiksel olarak anlamlı sonuç verdiği tespit edilmiştir. Buna karşılık piyasa değeri modeli kapsamında entelektüel sermaye katsayıları ile pozitif ancak istatistiksel olarak anlamlı olmayan ilişkiler belirlenmiştir.

Aydın ve Kök (2013) tarafından gerçekleştirilen bu çalışmanın temel amacı, Türk bankacılık sektöründe organizasyonel etkinlik düzeyini belirlemek ve etkinsizliğin kaynaklarını mikro iktisadi yaklaşım çerçevesinde analiz etmektir. Araştırmada 2003–2009 dönemine ait veriler kullanılmış ve aktif büyüklüğü sektörün yaklaşık %95’ini temsil eden 21 ticari banka örneklem kapsamına alınmıştır. Yöntem olarak üç aşamalı bir analiz benimsenmiştir: İlk aşamada karar birimlerinin teknik etkinlik düzeylerini ölçmek amacıyla Veri Zarflama Analizi (DEA) ve toplam faktör verimliliğindeki değişimi belirlemek için Malmquist İndeksi uygulanmış ikinci aşamada teknik etkinlik skorları bağımlı değişken olarak alınarak Tobit modeli ile etkinsizliğin belirleyicileri analiz edilmiş üçüncü aşamada ise üst düzey yöneticilerden elde edilen anket verileri faktör analizi ile değerlendirilmiştir. DEA analizinde girdi eksenli aracılık yaklaşımı benimsenmiş personel sayısı, toplam mevduatlar ve maddi duran varlıklar girdi değişkenleri toplam krediler, menkul kıymet cüzdanı ve bilanço dışı kalemler çıktı değişkenleri olarak kullanılmıştır. Tobit modelinde teknik etkinliği açıklamak üzere likit aktif oranı, personel harcamaları, şube sayısı, toplam aktif payı, kredi/mevduat oranı, mevduat/aktif oranı, sermaye yeterlilik oranı ve mülkiyet yapısı gibi değişkenler modele dâhil edilmiştir. Bulgular, ölçek büyüklüğü, kredi yoğunluğu, aktif kalitesindeki artış, likidite ve sermaye yeterliliğinin etkinliği artırdığını buna karşılık kamu mülkiyeti, personel giderleri ve şube sayısındaki artışın etkinsizliği yükselttiğini göstermektedir. Ayrıca kriz dönemlerinde teknik etkinlikte düşüş gözlenmiş ve bu durum finansal kırılganlık ve belirsizlik koşulları çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Samırkaş vd. (2014) çalışmalarında, Ocak 2003–Haziran 2012 döneminde Türkiye’de faaliyet gösteren mevduat bankalarının kârlılığını belirleyen unsurların ortaya konulması amaçlanmış ve bu kapsamda bankaya özgü değişkenler ile makroekonomik göstergeler çoklu doğrusal regresyon analizi yöntemiyle incelenmiştir. Elde edilen bulgular, faiz dışı gelirlerin toplam aktiflere oranı ile özkaynakların toplam aktiflere oranının hem aktif kârlılığı (ROA) hem de özkaynak kârlılığı (ROE) üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Çalışmada özellikle faiz dışı gelirlerin toplam aktiflere oranının aktif kârlılığı üzerinde en güçlü belirleyici faktör olduğu vurgulanmıştır. Bunun yanında mevduat faiz oranlarında meydana gelen artışların aktif kârlılığını olumsuz etkilediği tespit edilmiş, benzer yönlü sonuçların özkaynak kârlılığı açısından da geçerli olduğu ifade edilmiştir.

Erol vd. (2015) çalışmalarında, Türkiye’de bankacılık sisteminde kullanılan işlem kanallarına ilişkin veriler analiz edilerek söz konusu kanalların kullanımı ile bankalar tarafından tahsil edilen ücret ve komisyon gelirleri arasındaki ilişki değerlendirilmiştir. Bulgular, özellikle özel sermayeli bankaların müşterilerine işlem ve komisyon ücretlerini daha yoğun biçimde yansıttığını göstermektedir. 2006–2012 dönemini kapsayan ekonometrik analiz sonuçlarına göre, bankacılık sektöründeki kârlılık artışlarının büyük ölçüde faiz dışı gelir kalemlerinden kaynaklandığı belirlenmiştir. Nicel bulgular, faiz gelirlerinde meydana gelen bir birimlik artışın kârlılığı 0,49 birim artırdığını buna karşılık ücret ve komisyon gelirlerindeki bir birimlik artışın kârlılık üzerinde 1,12 birimlik daha güçlü bir etki yarattığını ortaya koymaktadır. Ayrıca 2002 sonrasında yaşanan düşük enflasyon sürecinde bankaların faiz dışı gelirlerini artırma eğilimi gösterdiği ve 2006–2012 döneminde kârlılığın faiz gelirlerinden ziyade ağırlıklı olarak faiz dışı gelirlerden beslendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Ahamed (2017) çalışmasında, Hindistan bankacılık sektöründe kârlılığın artırılmasına yönelik olarak geleneksel faiz gelirlerine dayalı faaliyetlerden faiz dışı gelir kaynaklarına yönelimin varlığı ve bu eğilimin banka sahiplik yapısı ile varlık kalitesi düzeyine göre farklılaşp farklılaşmadığı analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, özellikle ticari faaliyet yoğunluğu yüksek bankalarda faiz dışı gelirlerin artmasının hem toplam

kârlılığı hem de riske göre düzeltilmiş kârlılığı anlamlı biçimde artırdığını ortaya koymaktadır. Sahiplik yapısına dayalı karşılaştırmalarda ise özel yabancı bankaların kamu bankaları ve özel yerli bankalara kıyasla daha yüksek riske göre düzeltilmiş getiri sağladığı tespit edilmiştir. Ayrıca gelir çeşitlendirmesinin etkisi varlık kalitesi çerçevesinde değerlendirildiğinde, düşük varlık kalitesine sahip bankaların bu stratejiden daha fazla fayda sağladığı, yüksek varlık kalitesine sahip bankalarda ise etkinin görece daha sınırlı kaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Atik (2019) çalışmasında, mevduat bankalarının faiz gelirine dayalı geleneksel faaliyetlerinden uzaklaşarak faiz dışı gelir kaynaklarına yönelmelerinin yarattığı gelir çeşitlendirmesinin banka performansı ve risk düzeyi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Panel veri analizi bulguları, faiz gelirinden faiz dışı gelire doğru gerçekleşen yönelimin teorik olarak olumlu bir çeşitlendirme etkisi yaratmasına rağmen, faiz dışı gelirlerin daha oynak yapısından kaynaklanan olumsuz etkinin bu pozitif katkıyı dengeleyemediğini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda söz konusu yönelimin banka performansını artırmadığı, gelir istikrarını sağlamadığı ve risk düzeyini olumsuz etkilediği belirlenmiştir. Çalışmada ayrıca bankaların temel işlevinin tasarruf sahiplerinden fon toplamak ve bu fonları kredi mekanizması aracılığıyla ekonomiye aktararak faiz geliri elde etmek olduğu vurgulanmakta belirsizliği ve sürekliliği sınırlı olan faiz dışı gelir kalemlerine yönelmek yerine, kaynak ve çabanın temel faaliyet alanına tahsis edilmesinin daha rasyonel olacağı ifade edilmektedir. Bununla birlikte faiz dışı gelir ile faiz geliri arasındaki güçlü ve negatif korelasyon sağlanıncaya kadar bu stratejik yönelimin sürdürülmesi gerektiği de belirtilmektedir.

Daloğlu (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmanın temel amacı, entelektüel sermaye unsurlarının işletmelerin kârlılık performansı üzerindeki etkisini ampirik olarak incelemektir. Bu kapsamda Borsa İstanbul'da (BIST) işlem gören ve BIST 100 endeksi içerisinde yer alan 31 holdingin 2016 yılına ait finansal verileri kullanılmıştır. Çalışmada entelektüel sermayenin ölçümünde Ante Pulic (1998) tarafından geliştirilen Entelektüel Katma Değer Katsayısı (VAIC™) yöntemi esas alınmış bu doğrultuda kullanılan sermaye etkinliği katsayısı (CEE), insan sermayesi etkinliği katsayısı (HCE) ve yapısal sermaye etkinliği katsayısı (SCE) hesaplanmıştır. Kârlılık göstergeleri olarak ise aktif kârlılık oranı, özsermaye kârlılık oranı ve esas faaliyet kârlılığı oranı bağımlı değişkenler olarak modele dâhil edilmiştir. Araştırmada yöntem olarak çoklu regresyon analizi uygulanmış ve her bir entelektüel sermaye unsurunun kârlılık oranları üzerindeki etkisi ayrı ayrı test edilmiştir. Bulgulara göre entelektüel sermaye unsurları aktif kârlılığın yaklaşık %72'sini, özsermaye kârlılığının ise %68,6'sını açıklamakta buna karşılık esas faaliyet kârlılığı ile entelektüel sermaye unsurları arasında oldukça zayıf bir ilişki bulunmaktadır. Aktif kârlılık üzerinde en güçlü ve negatif etkinin kullanılan sermaye etkinliği katsayısından (CEE) kaynaklandığı, yapısal sermaye etkinliği katsayısının (SCE) ise anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir. Özsermaye kârlılığı üzerinde ise anlamlı değişkenin yalnızca insan sermayesi etkinliği katsayısı (HCE) olduğu belirlenmiştir.

Yaman (2021) tarafından gerçekleştirilen bu çalışmanın temel amacı, Türk bankacılık sektöründe faaliyet gösteren mevduat bankalarının kârlılığı üzerinde etkili olan bankaya özgü (içsel) faktörlerin panel veri analizi yöntemiyle incelenmesidir. Araştırma, 2009–2018 döneminde Türkiye'de faaliyet gösteren ve verilerine düzenli olarak ulaşılabilen 20 mevduat bankasına ait yıllık verileri kapsamaktadır. Çalışmada bağımlı değişkenler olarak banka kârlılığını temsil eden aktif kârlılığı (ROA), özsermaye kârlılığı (ROE) ve net faiz marjı (NFM) kullanılmış bağımsız değişkenler ise sermaye yeterliliği, mevduatlar, finansal varlık ve kredi yatırımları, alınan krediler, likit aktifler, kısa vadeli borç ödeme gücü, giderleri gelirlere dönüştürebilme kabiliyeti, pazar payı ve personel giderleri gibi bankaya özgü faktörlerden oluşturulmuştur. Yöntem olarak panel veri ekonometrisi çerçevesinde ayrı modeller kurulmuş ve her bir bağımlı değişken için içsel faktörlerin etkisi karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre sermaye yeterliliği, mevduatlar, finansal varlık ve kredi yatırımları, kısa vadeli borç ödeme kapasitesi ile giderleri gelire dönüştürme yeteneğinin banka kârlılığı üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğu buna karşılık alınan krediler, likit aktifler ve personel giderlerinin kârlılığı negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Net faiz marjı açısından değerlendirildiğinde ise sermaye yeterliliği, kredi yatırımları, giderleri gelire dönüştürebilme kabiliyeti, pazar

payı ve personel giderlerinin pozitif etkili olduğu, mevduatların ise net faiz marjı üzerinde negatif etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

Tekin ve Bastak (2022) tarafından gerçekleştirilen bu çalışmanın temel amacı, Türkiye’de faaliyet gösteren ticari bankaların finansal tablolarından türetilen finansal oranlar aracılığıyla risk ve finansal performans özelliklerine göre homojen gruplar halinde sınıflandırılması ve bankalar arasındaki benzerlik ile farklılıkların çok değişkenli istatistiksel yöntemlerle ortaya konulmasıdır. Araştırmanın kapsamını 2008–2018 döneminde Türkiye bankacılık sektöründe faaliyet gösteren 24 ticari banka oluşturmakta olup veriler Türkiye Bankalar Birliği tarafından yayımlanan bilanço ve gelir tablosu raporlarından elde edilmiştir. Çalışmada sermaye yeterliliği, bilanço yapısı, aktif kalitesi, likidite, kârlılık, gelir-gider yapısı ve faaliyet rasyolarını kapsayan toplam 32 finansal oran değişken olarak kullanılmıştır. Bu oranlar arasında sermaye yeterliliği oranı, toplam krediler/toplam varlıklar, donuk alacaklar/toplam krediler, likit aktifler/kısa vadeli yükümlülükler, ortalama aktif kârlılığı, net dönem kârı/ödenmiş sermaye ve faiz gelirleri/faiz giderleri gibi göstergeler yer almaktadır. Yöntem olarak hiyerarşik kümeleme tekniklerinden Ward yöntemi, hiyerarşik olmayan kümeleme tekniklerinden K-ortalamlar yöntemi ve bu iki yaklaşımın birleşimi niteliğindeki İki Adımlı (TwoStep) kümeleme yöntemi birlikte uygulanmış küme sayısının belirlenmesinde hem matematiksel formül hem de Silhouette katsayısından yararlanılmış ve uygun küme sayısı dört olarak tespit edilmiştir. Bulgular, bankaların finansal oranlar temelinde anlamlı biçimde dört kümeye ayrıldığını, büyük ölçekli bazı yabancı sermayeli bankaların ayrı kümelerde konumlandığını ve en kalabalık kümenin kamu, özel ve yabancı sermayeli bankaların birlikte yer aldığı bir yapı sergilediğini göstermiştir.

Atış ve Kurtlar (2023) tarafından gerçekleştirilen çalışmanın temel amacı, Türkiye’de faaliyet gösteren özel ve kamu sermayeli mevduat bankalarında alınan ücret ve komisyon gelirlerinin aktif kârlılığı üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu kapsamda 2010–2022 dönemine ait yıllık finansal veriler kullanılmış ve çoklu regresyon analizi yöntemi uygulanmıştır. Çalışmada bağımlı değişken olarak dönem net kârının toplam varlıklara oranı ile hesaplanan aktif kârlılığı ele alınmış bağımsız değişkenler olarak likidite, riske maruz kalma (RMK), sermaye yeterlilik oranı (SYO), enflasyon, net faiz marjı (NFM), kullandırılan kredilerin toplam varlıklara oranı (KO), alınan ücret ve komisyonların toplam gelire oranı (AÜK/TG) ile alınan ücret ve komisyonların faiz dışı giderlere oranı (AÜK/FDG) modele dâhil edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre modelin açıklayıcılık düzeyi yüksek bulunmuş ve likidite, RMK, AÜK/TG ve KO değişkenleri ile aktif kârlılığı arasında anlamlı ve negatif yönlü ilişki enflasyon, AÜK/FDG ve NFM değişkenleri ile aktif kârlılığı arasında ise anlamlı ve pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Bulgular, ücret ve komisyon gelirlerinin toplam gelir içindeki payının artmasının aktif kârlılığı azaltabileceğini, ancak bu gelirlerin faiz dışı giderleri karşılama oranının yükselmesinin kârlılığı artırdığını ortaya koyarak bankalarda maliyet yönetimi ve gelir kompozisyonunun aktif kârlılığı üzerinde belirleyici bir rol oynadığını göstermektedir.

Ulusoy vd. (2023) tarafından yapılan çalışmada temel amaç, Türkiye’de bankacılık sektörü performansını temsil eden finansal oranların finansal gelişmişlik düzeyi üzerindeki etkilerini incelemektir. Çalışmada 2002–2020 dönemine ait, Türkiye’de faaliyet gösteren 15 bankanın yıllık verileri kullanılmış ve IMF ile Türkiye Bankalar Birliği (TBB) veri tabanlarından elde edilen 285 gözlemde oluşan dengeli panel veri seti oluşturulmuştur. Bağımlı değişken olarak IMF tarafından oluşturulan Finansal Gelişmişlik Endeksi (FDI) kullanılmış bağımsız değişkenler ise Sermaye Yeterliliği Oranı (SYR), Alınan Kredilerin Toplam Kredilere Oranı (BYR), Toplam Kredilerin Toplam Mevduata Oranı (AKR) ve Ortalama Aktif Karlılık (AKO) olarak belirlenmiştir. Yöntem olarak dinamik panel veri analizi çerçevesinde Arellano ve Bond (1991) Genelleştirilmiş Momentler (GMM) tahmincisi uygulanmış birim kök, yatay kesit bağımlılık ve tanısal testler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre SYR ve AKR değişkenlerinin finansal gelişmişlik üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı etkileri bulunduğu, buna karşılık BYR ve AKO değişkenlerinin FDI üzerinde negatif ve anlamlı etkiler yarattığı tespit edilmiştir.

Koca ve Öner Kaya (2024) tarafından gerçekleştirilen çalışmanın temel amacı, Türkiye’de faaliyet gösteren mevduat bankalarının finansal istikrarı ile finansal oranları arasındaki ilişkinin ortaya konulması ve bankaların finansal sağlamlık düzeylerinin oran analizi çerçevesinde değerlendirilmesidir. Araştırma

kapsamında Türk bankacılık sektöründe faaliyet gösteren mevduat bankalarına ait finansal veriler kullanılmış ve bankaların finansal istikrarını temsil eden göstergeler ile bilanço ve gelir tablosu kalemlerinden türetilen finansal oranlar arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir. Çalışmada bağımlı değişken olarak bankaların finansal istikrar düzeyini temsil eden ölçütler dikkate alınmış bağımsız değişkenler ise sermaye yeterliliği, aktif kalitesi, likidite oranları, kârlılık oranları ve gelir-gider yapısını yansıtan finansal rasyolardan oluşturulmuştur. Yöntem olarak finansal oran analizi ve istatistiksel değerlendirme tekniklerinden yararlanılmış, bankaların dönemsel performansları karşılaştırmalı biçimde incelenmiştir. Elde edilen bulgular, finansal oranların bankaların istikrar düzeyini açıklamada anlamlı göstergeler sunduğunu, özellikle sermaye yeterliliği ve aktif kalitesi göstergelerinin finansal sağlamlık açısından belirleyici olduğunu ortaya koymuştur.

3. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, Türk bankacılık sektöründe insan sermayesi yoğunluğunun bankaların operasyonel performansı üzerindeki etkisini panel veri analizi yöntemiyle incelemektir. Çalışma kapsamında Türkiye’de faaliyet gösteren 13 adet banka 2014-2024 dönemi itibarıyla incelenmiştir. Bu çalışmada insan sermayesi yoğunluğu, personel giderleri ile kıdem tazminatı yükümlülüklerinin toplam aktiflere oranı üzerinden ölçülmektedir. Bu ölçüm, insan sermayesinin finansal raporlarda yer alan maliyet boyutunu yansıtmaktadır. Ancak insan sermayesi yalnızca maliyet unsuru olarak değerlendirilemez. Eğitim düzeyi, çalışan verimliliği, deneyim, organizasyonel bilgi birikimi ve inovasyon kapasitesi gibi unsurlar insan sermayesinin önemli bileşenleridir. Bu nedenle çalışmada kullanılan gösterge insan sermayesinin yalnızca finansal maliyet yoğunluğunu temsil etmekte olup, çalışan verimliliği veya bilgi üretimi gibi nitel boyutları doğrudan yansıtmamaktadır. Bu durum çalışmanın metodolojik sınırlılıkları arasında değerlendirilebilir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki temel hipotez geliştirilmiştir.

H₁: İnsan sermayesi yoğunluğu (PKT), bankaların operasyonel performansını (NET) anlamlı biçimde etkiler
Çalışmada kullanılan değişkenlere ait bilgiler aşağıda Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Değişkenlere İlişkin Bilgiler

Değişken Türü	Değişken Adı	Kısaltma
Bağımlı	Net Faaliyet Kârı / Toplam Aktifler	NET
Bağımsız	(Personel Gideri + Kıdem Tazminatı) / Toplam Aktifler	PKT
Kontrol	Sermaye Yeterlilik Oranı	SYO
Kontrol	Özkaynaklar/Toplam Aktifler	ÖTA

Tablo 1’e bakıldığında çalışmada 1 adet bağımlı 1 adet bağımsız ve 2 adet kontrol değişkeninin analize dahil edildiği görülmektedir. Çalışmada kullanılan değişkenler aracılığıyla aşağıdaki model geliştirilmiştir.

$$NET_{it} = \beta_0 + \beta_1 PKT_{it} + \beta_2 SYO_{it} + \beta_3 ÖTA_{it} + \varepsilon_{it}$$

4. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde yapılan analizlerden elde edilen bulgulara yer verilmiştir. İlk olarak analizde kullanılan değişkenlere ait bilgiler aşağıda Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler

Değişken	Gözlem Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	Minimum	Maksimum
NET	143	1.833	1.392	-2.853	7.086
PKT	143	1.036	0.483	0.408	3.898
SYO	143	17.119	2.850	13.077	27.221
ÖTA	143	10.052	2.589	4.827	19.771

Tablo 2 incelendiğinde, bankaların ortalama operasyonel aktif kârlılığının (NET) %1.83 olduğu görülmektedir. Bununla birlikte standart sapmanın yüksekliği sektör içinde önemli performans farklılıklarına işaret etmektedir. İnsan sermayesi maliyet yoğunluğu (PKT) ortalama %1 düzeyinde gerçekleşmiş olup bankalar arasında heterojen bir dağılım sergilemektedir. Sermaye yeterlilik oranı (SYO) ve özkaynak oranı (ÖTA) değişkenleri incelendiğinde sektörün genel olarak güçlü sermaye yapısına sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Korelasyon Matrisi

Değişken	NET	PKT	SYO	ÖTA
NET	1.000			
PKT	0.167	1.000		
SYO	0.533	0.300	1.000	
ÖTA	0.470	0.156	0.330	1.000

Tablo 3'te yer alan korelasyon analizi sonuçlarına göre, operasyonel performans göstergesi olan NET ile insan sermayesi maliyet yoğunluğu değişkeni (PKT) arasında zayıf düzeyde pozitif bir ilişki ($r = 0.167$) bulunmaktadır. Bu bulgu, insan sermayesi harcamaları ile operasyonel kârlılık arasında doğrusal ilişkinin sınırlı olmakla birlikte tamamen ilişkisiz olmadığını göstermektedir. Buna karşılık NET ile sermaye yeterlilik oranı (SYO) arasında orta düzeyde pozitif bir ilişki ($r = 0.533$) ve NET ile özkaynakların toplam aktiflere oranı (ÖTA) arasında yine orta düzeyde pozitif bir ilişki ($r = 0.470$) tespit edilmiştir. Bu durum, güçlü sermaye yapısına sahip bankaların daha yüksek operasyonel performans sergileme eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları incelendiğinde ise hiçbir ilişkinin yüksek düzeyde olmadığı (0.80 'in altında) görülmekte olup, modelde ciddi bir çoklu doğrusal bağlantı (multicollinearity) sorunu beklenmemektedir. Bu bulgular, değişkenlerin panel regresyon analizine uygun bir yapıda olduğunu göstermektedir. Ayrıca regresyon analizine geçmeden önce birim kök testi yapılmış ve sonuçlar Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	Fisher-ADF (Sabit)	p-değeri	Fisher-ADF (Sabit + Trend)	p-değeri
NET	18.500	0.857	52.062	0.002
PKT	52.803	0.001	25.681	0.481
SYO	62.529	0.001	29.750	0.278
ÖTA	44.049	0.015	56.647	0.000

Tablo 4'teki Fisher tipi ADF panel birim kök testi sonuçlarına göre sabitli model altında PKT, SYO ve ÖTA değişkenleri durağan görünmektedir. Sabit ve trend içeren modelde ise NET ve ÖTA değişkenleri için birim kök hipotezi reddedilmektedir. Genel olarak panel kısa zaman boyutuna sahip olmakla birlikte oran değişkenlerin büyük ölçüde seviyelerinde durağan davrandığı görülmektedir. Bu nedenle değişkenlerin regresyon analizinde seviyeleriyle kullanılması metodolojik olarak uygun kabul edilebilir. Panel birim kök testi sonuçları, değişkenlerin büyük ölçüde seviyelerinde durağan davrandığını ve birim kök içermediğini göstermiştir. Bu bulgu, modelde kullanılacak serilerin sahte regresyon riski taşımadığını ve seviyeleriyle analize dâhil edilebileceğini ortaya koymaktadır. Ayrıca çoklu doğrusal bağlantı testleri bağımsız değişkenler arasında ciddi bir korelasyon problemi bulunmadığını göstermiştir. Bu doğrultuda, değişkenlerin ekonometrik model çerçevesinde güvenle kullanılabileceği değerlendirilmiş ve panel veri regresyon analizine geçilmiştir. Model seçim sürecinde havuzlanmış, sabit ve rassal etkiler yaklaşımları karşılaştırılmıştır. Havuzlanmış model ile sabit etkiler modeli arasındaki farkı belirlemek amacıyla F testi uygulanmış, ayrıca sabit ve rassal etkiler modelleri arasındaki seçim için Hausman testi uygulanmıştır. Yapılan model seçimi testleri sonucunda banka sabit etkilerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiş ve analizler sabit etkiler modeli çerçevesinde yürütülmüştür. Sonuçlar Tablo 5'te paylaşılmıştır.

Tablo 5. Regresyon Analizi Sonuçları

(Bağımlı Değişken: NET)				
Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-istatistiği	p-değeri
PKT	0.167	0.303	0.552	0.582
SYO	0.231	0.037	6.172	0.000***
ÖTA	0.267	0.059	4.497	0.000***

Tablo 5'te yer alan regresyon analizi sonuçlarına göre insan sermayesi maliyet yoğunluğu (PKT) değişkeninin operasyonel performans (NET) üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p = 0.582$). Buna karşılık sermaye yeterlilik oranı (SYO) ve özkaynakların toplam aktiflere oranı (ÖTA) değişkenleri operasyonel performans üzerinde pozitif ve yüksek düzeyde anlamlı etkiye sahiptir ($p < 0.01$). Bu bulgular,

Türk bankacılık sektöründe operasyonel kârlılığın insan sermayesi yoğunluğundan ziyade finansal yapı ve sermaye gücü ile daha yakından ilişkili olduğunu göstermektedir. Banka sabit etkilerinin modele dâhil edilmesi, gözlemlenemeyen banka karakteristiklerinin kontrol edilmesini sağlamış ve modelin açıklayıcılığını artırmıştır.

5. SONUÇ

Bu çalışmada, Türk bankacılık sektöründe insan sermayesi yoğunluğunun bankaların operasyonel performansı üzerindeki etkisi 2014–2024 dönemini kapsayan panel veri analizi yöntemiyle incelenmiştir. İnsan sermayesi yoğunluğu, personel giderleri ile kıdem tazminatı yükümlülüklerinin toplam aktiflere oranı (PKT) ile ölçülmüş tür. Bu doğrultuda insan sermayesi yoğunluğu personel giderleri ile kıdem tazminatı yükümlülüklerinin toplam aktiflere oranı (PKT) şeklinde tanımlanmıştır. Dolayısıyla bu çalışma bağlamında insan sermayesi yoğunluğu, çalışanların niteliğinden ziyade, insan kaynağına tahsis edilen mali kaynakların bilanço içindeki payını temsil etmektedir. Operasyonel performans ise net faaliyet kârının toplam aktiflere oranı (NET) üzerinden değerlendirilmiştir. Modelde ayrıca sermaye yeterlilik oranı (SYO) ve özkaynakların toplam aktiflere oranı (ÖTA) kontrol değişkenleri olarak analize dâhil edilmiştir. Elde edilen bulgular, insan sermayesi maliyet yoğunluğunun operasyonel performans üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olmadığını ortaya koymaktadır. Bu sonuç, teorik olarak insan sermayesi yatırımlarının verimlilik ve kârlılık artışı sağlayacağı yönündeki beklenti ile tam olarak örtüşmemektedir. Özellikle insan sermayesi teorisi çerçevesinde, nitelikli iş gücüne yapılan yatırımların işletme performansını artıracağı varsayımı güçlü bir kuramsal temele sahip olsa da Türk bankacılık sektörü örneğinde bu etkinin doğrudan ve kısa vadede gözlemlenmediği anlaşılmaktadır. Buna karşılık, sermaye yeterlilik oranı ve özkaynak oranı değişkenlerinin operasyonel performans üzerinde pozitif ve yüksek düzeyde anlamlı etkiler yarattığı tespit edilmiştir. Başka bir deyişle sermaye yeterlilik oranındaki %1’lik artışın operasyonel aktif kârlılığını yaklaşık %0,23 oranında artırdığı görülmektedir. Bu bulgu, güçlü sermaye yapısına sahip bankaların risk yönetiminde daha etkin olduklarını ve finansal şoklara karşı daha dayanıklı bir yapı sergilediklerini göstermektedir. Bu bulgu, bankacılık sektöründe operasyonel kârlılığın büyük ölçüde finansal yapı ve sermaye gücü ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Güçlü sermaye yapısına sahip bankaların riskleri daha etkin yönetebildiği, maliyet şoklarına karşı daha dayanıklı olduğu ve bu durumun operasyonel kârlılığa yansıdığı söylenebilir. Özellikle 2001 krizi sonrası güçlendirilen düzenleyici çerçeve ve Basel kriterleri kapsamında yüksek sermaye yeterlilik oranlarının korunması, sektörde finansal sağlamlığı ön plana çıkaran bir yapı oluşturmuştur. Çalışmanın bulguları da bu yapının performans üzerindeki belirleyici rolünü desteklemektedir.

İnsan sermayesi yoğunluğunun anlamlı çıkmaması birkaç açıdan değerlendirilebilir. Öncelikle personel giderlerinin finansal tablolarda doğrudan maliyet unsuru olarak yer alması, kısa vadede kârlılık göstergeleri üzerinde baskı oluşturabilir. İnsan sermayesine yapılan yatırımların performans üzerindeki etkisi çoğu zaman dolaylı ve gecikmeli olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca bankacılık sektöründe teknolojik dönüşümün hız kazanması, dijitalleşme süreçleri ve otomasyon uygulamaları insan kaynağının operasyonel katkı biçimini değiştirmiş olabilir. Bu durum, insan sermayesinin doğrudan maliyet oranı üzerinden ölçülmesinin performans üzerindeki gerçek etkisini tam olarak yansıtamayabileceğini düşündürmektedir. Çalışma literatüre birkaç açıdan katkı sunmaktadır. İlk olarak, insan sermayesi yoğunluğu bilanço temelli bir oran üzerinden ölçülerek finansal raporlama perspektifiyle ele alınmıştır. İkinci olarak, insan sermayesi değişkeni ile finansal yapı göstergeleri aynı model içerisinde değerlendirilmiş ve operasyonel performansın hangi faktörlerle daha yakından ilişkili olduğu karşılaştırmalı biçimde ortaya konulmuştur. Bu yönüyle çalışma, bankacılık sektöründe performans belirleyicilerinin ağırlık merkezine ilişkin ampirik kanıt sunmaktadır. Politika ve uygulama açısından değerlendirildiğinde, bankaların kısa vadeli operasyonel kârlılığı artırma hedefi doğrultusunda finansal sağlamlık ve sermaye yapısını güçlendirmeye öncelik vermelerinin rasyonel bir strateji olduğu söylenebilir. Bununla birlikte bu bulgu, insan sermayesinin önemsiz olduğu anlamına gelmemektedir. Aksine, insan sermayesinin stratejik, yenilikçi ve uzun vadeli rekabet avantajı sağlayan bir unsur olarak değerlendirilmesi ölçüm yöntemlerinin daha nitel göstergelerle zenginleştirilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Literatürde insan sermayesinin firma performansını olumlu yönde etkilediğini ortaya koyan birçok

çalışma bulunmaktadır (Karacaer & Aygün, 2009; Daloğlu, 2020). Buna karşılık bankacılık sektöründe sermaye yapısı ve finansal sağlamlığın performans üzerindeki belirleyici rolünü vurgulayan çalışmalar da mevcuttur (Yaman, 2021; Ulusoy vd., 2023). Bu çalışmada elde edilen bulgular ikinci grup literatürle daha uyumlu görünmektedir.

Gelecek çalışmalar açısından, insan sermayesinin yalnızca maliyet oranı üzerinden değil eğitim düzeyi, çalışan verimliliği, dijital yetkinlik, kişi başına düşen kredi hacmi veya kişi başına gelir üretimi gibi etkinlik temelli göstergelerle ölçülmesi daha kapsamlı sonuçlar sağlayabilir. Ayrıca insan sermayesi ile performans arasındaki ilişkinin gecikmeli etkiler, doğrusal olmayan yapılar veya kriz dönemleri bağlamında incelenmesi literatüre önemli katkılar sunacaktır. Sonuç olarak bu çalışma, Türk bankacılık sektöründe operasyonel performansın belirleyicilerinin insan sermayesi maliyet yoğunluğundan ziyade sermaye yapısı ve finansal güç göstergeleri olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgu, bankacılık sektöründe performans analizlerinde finansal sağlamlığın merkezî rolünü teyit etmektedir. Ayrıca insan sermayesinin daha uzun vadeli ve dolaylı etkiler üzerinden değerlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

KAYNAKÇA

- Ahamed, M. M. (2017). Asset quality, non-interest income, and bank profitability: Evidence from Indian banks. *Economic Modelling*, 63, 1-14.
- Aksoy C. & Ekim Kocaman B. (2025). Türk bankacılık sektöründe piyasa yoğunlaşmasının analizi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 101-118.
- Atış, C., & Kurtlar, M. (2024). Türkiye'deki özel ve kamu sermayeli mevduat bankalarında alınan ücret ve komisyonların aktif karlılığına etkisi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 50-59. <https://izlik.org/JA72EW39ZP>
- Atik, M. (2019). Türk bankacılık sektöründeki faiz dışı gelirlerin banka geliri ve riski üzerindeki etkisinin ölçülmesi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (81), 271-292. <https://doi.org/10.25095/mufad.510681>
- Aydın, Ü., & Kök, R. (2013). Türk bankacılık sektöründe organizasyonel etkinlik ve etkinsizliğin kaynakları. *Verimlilik Dergisi*, 2, 7-38. <https://izlik.org/JA74TS66AL>
- Babuşçu, Ş., Hazar, A. & İskender A. (2017). *Bankacılığa Giriş*. Ankara: Bankacılık Akademisi Yayınları.
- Daloğlu, P. (2020). Entelektüel sermaye unsurlarının kârlılık üzerine etkisi. *Muhasebe ve Finans İncelemeleri Dergisi*, 3(1), 1-12. <https://doi.org/10.32951/mufider.603688>
- Erol, İ., Çınar, S. ve Duramaz, S. (2015). Bankaların yeni gelir kaynağı: elektronik bankacılık işlem ücretleri, türk bankacılık sektöründe banka kârlılığı üzerindeki etkisi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 1-22.
- Karacaer, S., & Aygün, M. (2009). Entellektüel sermayenin firma performansı üzerindeki etkisi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(2), 127-140. <https://izlik.org/JA44ZW55BB>
- Koca, I., Öner Kaya, E. (2024). Finansal sağlamlığın z-skoru kullanılarak ölçülmesi: Türkiye'de mevduat bankaları üzerine bir araştırma. *İşletme Akademisi Dergisi*, 5 (2): 133-154.
- Samırkaş, M. C., Evcı, S. ve Ergün, B. (2014). Türk bankacılık sektöründe karlılığın belirleyicileri. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(8), 117-134.
- Tekin, B., & Bastak, S. N. (2022). Türkiye'de faaliyet gösteren bankaların kümeleme analizi ile karşılaştırmalı performans analizi. *Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 55-76.
- Tunç, M. (2016). Kalkınmada insan sermayesi: İç getiri oranı yaklaşımı ve türkiye uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1), 83-93. <https://izlik.org/JA96TG37KC>

- Ulusoy, A., Demirel, D. Ü. S., & Özbilge, G. (2023). Türkiye’de Bankacılık Sektörü Performansının Finansal Gelişmişlik Üzerine Etkileri. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 1685-1709. <https://doi.org/10.15869/itobiad.1302255>
- Yaman, S. (2021). Bankalara özgü faktörlerin banka kârlılığına etkisi: Türkiye bankacılık sektörü üzerine panel veri analizi. *İktisadi ve İdari Yaklaşımlar Dergisi*, 3(2), 77–100.
- Yazgan, G. (2023). Türkiye’deki mevduat bankalarının gelir çeşitlendirme derecelerinin Herfindahl-Hirschman (HHI) endeksi ile ölçülmesi: 2012-2021 dönemi. *Denetim ve Güvence Hizmetleri Dergisi*, 3(1), 48-60. <https://izlik.org/JA77HG82NH>