

**T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Gastronomi Anabilim Dalı

**GELENEKSEL MEZELERİN MODERN
SUNUMLARINDA TÜKETİCİ BEĞENİSİNİN
BELİRLENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Erkan KIYICIOĞLU

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Muzaffer ÇAKMAK

İstanbul – 2025

TEZ TANITIM FORMU

Yazar Adı Soyadı : Erkan KIYICIOĞLU

Tezin Dili : Türkçe

Tezin Adı : Geleneksel Mezelerin Modern Sunumlarında Tüketici Beğenisinin Belirlenmesi

Enstitü : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Anabilim Dalı : Gastronomi

Tezin Türü : Yüksek Lisans

Tezin Tarihi : 21.07.2025

Sayfa Sayısı : 119

Tez Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Muzaffer ÇAKMAK

Dizin Terimleri : Meze, duysal analiz, modern sunum, lezzet algısı, geleneksel

Türkçe Özet : Bu araştırma, Türk mutfak kültürünün temel taşlarından biri olan mezelerin geleneksel ve modern sunumlarının tüketici beğenisi üzerindeki etkilerini karşılaştırmalı olarak değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Dağıtım Listesi : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

İmzası

Erkan KIYICIOĞLU

**T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Gastronomi Anabilim Dalı

**GELENEKSEL MEZELERİN MODERN
SUNUMLARINDA TÜKETİCİ BEĞENİSİNİN
BELİRLENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Erkan KIYICIOĞLU

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Muzaffer ÇAKMAK

İstanbul – 2025

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Erkan KIYICIOĞLU

.../.../ 2025



İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Erkan KIYICIOĞLU' nun “**Geleneksel Mezelerin Modern Sunumlarında Tüketici Beğenisinin Belirlenmesi**” adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Gastronomi anabilim dalı, Gastronomi bilim dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

İmza

Başkan

Dr. Öğr. Üyesi Muzaffer ÇAKMAK

(Danışman)

İmza

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Nevruz Berna TATLISU

İmza

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Ceyhan UÇUK

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

... / ... / 20..

İmzası

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

ÖZET

Bu araştırma, Türk mutfak kültürünün temel taşlarından biri olan mezelerin geleneksel ve modern sunumlarının tüketici beğenisi üzerindeki etkilerini karşılaştırmalı olarak değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın temel amacı; geleneksel ve modern sunum biçimlerinin duysal değerlendirme yoluyla tüketici tercihleri üzerindeki etkilerini ortaya koymak, böylece gastronomik sunum tekniklerinin tüketici beğenisindeki rolünü incelemektir.

Çalışmada, İstanbul ilindeki restoranlarda en sık sunulan on geleneksel meze belirlenmiş; her bir meze için geleneksel ve modern sunum biçimlerine uygun reçeteler hazırlanarak, 25 panelistten oluşan bir grup tarafından duysal analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Panelistler; görsellik, koku, aroma, doku, lezzet ve genel beğeni kriterlerine göre her iki sunum tarzını ayrı ayrı puanlamıştır. Elde edilen veriler, SPSS programı kullanılarak istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur.

Elde edilen bulgular, genel olarak modern sunumların geleneksel sunumlara kıyasla özellikle görünüm, aroma ve lezzet açısından daha yüksek puanlar aldığını göstermiştir. Örneğin, humus, fava ve enginar gibi mezeler modern sunumda daha çok beğenilirken, semizotu mezesi gibi bazı örneklerde geleneksel sunum dokusal açıdan öne çıkmıştır. Koku ve genel beğeni değerlendirmelerinde de modern sunumlar büyük oranda üstünlük sağlamıştır.

Araştırmanın sonucunda; modern gastronomi tekniklerinin sunum estetiğini, malzeme kullanımını ve lezzet dengesini optimize ederek tüketici beğenisini artırdığı görülmüştür. Ancak geleneksel meze sunumları, özellikle doku açısından bazı tüketicilerde hâlâ güçlü bir tercih sebebidir. Bu durum, gastronomik modernizasyonun, geleneksel tatların kültürel değerini koruyarak duysal zenginliği artıracak biçimde kurgulanması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Meze, duysal analiz, modern sunum, lezzet algısı, geleneksel

SUMMARY

This study aims to comparatively evaluate the impact of traditional and modern presentations of mezes—one of the cornerstones of Turkish culinary culture—on consumer preferences. The primary objective is to reveal the effects of traditional and modern presentation styles on consumer choices through sensory evaluation and to examine the role of gastronomic presentation techniques in consumer appreciation.

In the study, the ten most frequently served traditional mezes in restaurants across Istanbul were identified. For each meze, recipes suitable for both traditional and modern presentation styles were developed and assessed through sensory analysis by a panel of 25 participants. The panelists evaluated both versions separately based on criteria such as visual appeal, smell, aroma, texture, taste, and overall preference. The collected data were subjected to statistical analysis using SPSS software.

The findings indicate that, overall, modern presentations received higher scores than traditional ones, particularly in terms of appearance, aroma, and flavor. For instance, mezes like hummus, fava, and artichoke were more favored in their modern versions, while some items, such as purslane, stood out in traditional form due to their texture. Modern presentations also significantly outperformed traditional ones in smell and overall liking evaluations.

The study concludes that modern gastronomic techniques enhance consumer appreciation by optimizing presentation aesthetics, ingredient usage, and flavor balance. However, traditional meze presentations remain a strong preference for some consumers, especially in terms of texture. This underscores the importance of designing gastronomic modernization in a way that preserves the cultural value of traditional flavors while enriching sensory experiences.

Keywords: Meze, sensory analysis, modern presentation, flavor perception, traditional

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
SUMMARY	iii
İÇİNDEKİLER	iv
KISALTMALAR	vii
TABLolar LİSTESİ	viii
GRAFİKLER LİSTESİ	ix
RESİMLER LİSTESİ	x
ÖNSÖZ	xi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GELENEKSEL TÜRK MEZELERİ VE MEZE KÜLTÜRÜ

1.1. Meze	2
1.2. Mezenin Tarihçesi ve Kökeni	3
1.3. Türk Mutfağında Meze	4
1.4. Dünya’da Meze Kültürleri	4
1.4.1. Arap kültüründe meze	5
1.4.2. Yunan kültüründe meze	6
1.4.3. Ermeni kültüründe meze	8
1.5. Türkiye’de Meyhane ve Restoran Kültürü	9
1.6. Meze Türleri	12
1.6.1. Soğuk meze çeşitleri	13
1.6.2. Sıcak meze çeşitleri	14

İKİNCİ BÖLÜM

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI VE MEZE TERCİHLERİ

2.1. Tüketici Davranışlarını Etkileyen Sosyo-Kültürel Faktörler	16
2.1.1. Kültür	17
2.1.2. Sosyal sınıf	17
2.1.3. Aile	18
2.2. Tüketici Davranışlarını Etkileyen Demografik Faktörler	18
2.2.1. Yaş	18
2.2.2. Meslek ve eğitim	19
2.2.3. Cinsiyet	19
2.2.4. Yaşam tarzı	20
2.2.5. Ekonomik özellikler	20
2.3. Tüketici Davranışlarını Etkileyen Psikolojik Faktörler	20
2.3.1. Motivasyon	21
2.3.2. Öğrenme	21
2.3.4. Tutum ve inançlar	22
2.4. Geleneksel ve Modern Meze Tercihlerinde Farklılıklar	22
2.4.1. Geleneksel meze kültürü	22
2.4.2. Modern meze kültürü	23

2.5. Mezelerin Menüdeki Yeri ve Tüketim Kültürü	25
---	----

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YEMEK SUNUM TEKNİKLERİ

3.1. Yemek Sunumu Kavramı	26
3.1.1. Tabak Sunumu.....	28
3.1.2. Yemek Düzenleme Tekniği.....	29
3.1.3. Görsel Sunum Teknikleri.....	29
3.1.4. Sosların Sunumu.....	30
3.1.5. Süsleme Teknikleri	31
3.2. Lezzet Algısı ve Sunum İlişkisi.....	32
3.2.1. Tat ve Lezzet ilişkisi.....	32
3.2.2. Tat Tomurcukları	33
3.2.3. Görme ve Lezzet İlişkisi.....	33
3.2.4. Koku ve Lezzet İlişkisi	34
3.2.5. İşitme ve Lezzet İlişkisi.....	34
3.2.6. Dokunma ve Lezzet İlişkisi.....	35

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

METERYAL VE METOT

4.1. Yöntem.	37
4.2. Tezin Önemi	37
4.3. Tezin Amacı	38
4.4. Araştırma Yöntemi	38
4.5. Araştırmanın Modeli	40
4.6. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	41
4.7. Veri Toplama Araçları.....	42
4.8. Verilerin Toplanması	43
4.9. Uygulama Süreci	43
4.10. Verilerin Analizi	44
4.11. Araştırmanın Varsayım ve Sınırlılıkları	45

BEŞİNCİ BÖLÜM

BULGULAR

5.1. İstanbul İli Restoranlarında Servis Edilen Mezeler	47
5.1.1. Geleneksel patlıcan salatası.....	48
5.1.2. Modern patlıcan salatası.....	49
5.1.3. Geleneksel fasulye pilaki (bombay fasulye pilaki)	50
5.1.4. Modern fasulye pilaki (bombay fasulye pilaki)	51
5.1.5. Geleneksel fava	53
5.1.6. Modern fava	55
5.1.7. Geleneksel atom	56
5.1.8. Modern atom	57
5.1.9. Geleneksel yoğurtlu semizotu	59

5.1.10. Modern yoğurtlu semizotu	60
5.1.11. Geleneksel haydari	62
5.1.12. Modern haydari	63
5.1.13. Geleneksel humus	64
5.1.14. Modern humus.....	66
5.1.15. Geleneksel acılı ezme	68
5.1.16. Modern acılı ezme	69
5.1.17. Geleneksel deniz börülcesi	71
5.1.18. Modern deniz börülcesi	72
5.1.19. Geleneksel zeytinyağlı enginar	73
5.1.20. Modern zeytinyağlı enginar	75
5.2. Duyusal Analiz Bulguları.....	77
5.3. Meze Kriterlerinin Genel Ölçümü.....	105
SONUÇLAR VE ÖNERİLER.....	107
KAYNAKÇA	110
EKLER.....	118
ÖZGEÇMİŞ	119

KISALTMALAR

cm	: Santimetre
dk	: Dakika
g	: Gram
kg	: Kilogram
l	: Litre
ml	: Mililitre
mm	: Milimetre
MÖ	: Milattan Önce
ss	: Standart Sapma
TDK	: Türk Dil Kurumu
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu)

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1. Meze servis edilme sıklıklarına göre sıralama	47
Tablo 2. Geleneksel patlıcan salatası reçetesi	48
Tablo 3. Modern patlıcan salatası reçetesi	49
Tablo 4. Geleneksel fasulye pilaki (bombay fasulye pilaki) reçetesi.....	51
Tablo 5. Modern fasulye pilaki (bombay fasulye pilaki) reçetesi	52
Tablo 6. Geleneksel fava reçetesi.....	54
Tablo 7. Modern fava reçetesi.....	55
Tablo 8. Geleneksel atom reçetesi.....	57
Tablo 9. Modern atom reçetesi.....	58
Tablo 10. Geleneksel yoğurtlu semizotu reçetesi.....	60
Tablo 11. Modern yoğurtlu semizotu reçetesi.....	61
Tablo 12. Geleneksel haydari reçetesi.....	62
Tablo 13. Modern haydari reçetesi.....	63
Tablo 14. Geleneksel humus reçetesi	65
Tablo 15. Modern humus reçetesi	66
Tablo 16. Geleneksel acılı ezme reçetesi	68
Tablo 17. Modern acılı ezme reçetesi.....	70
Tablo 18. Geleneksel deniz börülcesi reçetesi	72
Tablo 19. Modern deniz börülcesi reçetesi.....	73
Tablo 20. Geleneksel zeytinyağlı enginar reçetesi	74
Tablo 21. Modern zeytinyağlı enginar reçetesi	75
Tablo 22. Demografik özelliklere ait frekans analizi	77
Tablo 23. Fava mezesi duyuşal parametrelerinin karşılaştırılması	78
Tablo 24. Semizotu mezesi duyuşal parametrelerinin karşılaştırılması	80
Tablo 25. Pilaki mezesi duyuşal parametrelerinin karşılaştırılması.....	83
Tablo 26. Zeytinyağlı enginar duyuşal parametrelerinin karşılaştırılması.....	85
Tablo 27. Deniz börülcesi mezesi duyuşal parametrelerinin karşılaştırılması	87
Tablo 28. Patlıcan salatası duyuşal parametrelerinin karşılaştırılması.....	89
Tablo 29. Acılı ezme duyuşal parametrelerinin karşılaştırılması.....	92
Tablo 30. Atom mezesi duyuşal parametrelerinin karşılaştırılması	94
Tablo 31. Humus mezesi duyuşal parametrelerinin karşılaştırılması.....	96
Tablo 32. Haydari mezesi duyuşal parametrelerinin karşılaştırılması	99
Tablo 33. Mezelerin genel beğeni karşılaştırma sonuçları.....	101
Tablo 34. Mezelerin cinsiyete göre genel beğeni sonuçları	102

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1. Fava mezesinin duyusal parametrelerinin örümcek ağı tekniği ile karşılaştırılması.....	80
Grafik 2. Semizotu mezesinin duyusal parametrelerinin örümcek ağı tekniği ile karşılaştırılması.....	82
Grafik 3. Pilaki mezesinin duyusal parametrelerinin örümcek ağı tekniği ile karşılaştırılması.....	84
Grafik 4. Enginar mezesinin duyusal parametrelerinin örümcek ağı tekniği ile karşılaştırılması.....	87
Grafik 5. Deniz börülcesi mezesi duyusal parametrelerinin örümcek ağı tekniği ile karşılaştırılması.....	89
Grafik 6. Patlıcan salatası duyusal parametrelerinin örümcek ağı tekniği ile karşılaştırılması.....	91
Grafik 7. Acılı ezme mezesinin duyusal parametrelerinin örümcek ağı tekniği ile karşılaştırılması.....	93
Grafik 8. Atom mezesi duyusal parametrelerinin örümcek ağı tekniği ile karşılaştırılması.....	96
Grafik 9. Humus mezesi duyusal parametrelerinin örümcek ağı tekniği ile karşılaştırılması.....	98
Grafik 10. Haydari mezesi duyusal parametrelerinin örümcek ağı tekniği ile karşılaştırılması.....	101

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Geleneksel patlıcan salatası mezesi	48
Şekil 2. Modern patlıcan salatası mezesi	49
Şekil 3. Geleneksel fasulye pilaki (bombay fasulye pilaki) mezesi.....	51
Şekil 4. Modern fasulye pilaki (bombay fasulye pilaki) mezesi.....	52
Şekil 5. Geleneksel fava mezesi	54
Şekil 6. Modern fava mezesi.....	55
Şekil 7. Geleneksel atom mezesi	57
Şekil 8. Modern atom mezesi	58
Şekil 9. Geleneksel yoğurtlu semizotu mezesi	60
Şekil 10. Modern yoğurtlu semizotu mezesi	61
Şekil 11. Geleneksel haydari mezesi	62
Şekil 12. Modern haydari mezesi.....	63
Şekil 13. Geleneksel humus mezesi.....	65
Şekil 14. Modern humus mezesi.....	66
Şekil 15. Geleneksel acılı ezme mezesi	68
Şekil 16. Modern acılı ezme mezesi	70
Şekil 17. Geleneksel deniz börülcesi mezesi	71
Şekil 18. Modern deniz börülcesi mezesi	72
Şekil 19. Geleneksel zeytinyağlı enginar mezesi.....	74
Şekil 20. Modern zeytinyağlı enginar mezesi.....	75

ÖNSÖZ

Öncelikle ALES sınavına girmemde beni teşvik eden Arş. Gör. Gizem HÜLAĞA hocam'a, Yüksek lisansa başlamam için beni teşvik eden Doç. Dr. Serdar EGELİ 'ye, ders döneminde, gastronomi eğitiminde akademik olarak farklı bakışlar kazanmamı sağlayan Doç. Dr. Salim İBİŞ, Dr. Öğr. Üyesi Ramazan İNAN, Doç. Dr. Murat DOĞAN hocalarıma. Duyusal analiz konusunda eğitim aldığım ve tezin çalışma yönteminin oluşmasında bana yol gösteren Dr. Öğr. Üyesi Nevruz Berna TATLISU hocama, tez çalışmasının yürütülmesinde bilgi ve birikimleri ile yardımcı olan danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Muzaffer ÇAKMAK'a sonsuz minnet ve teşekkürlerimi iletiyorum.

Bu çalışmanın ortaya çıkmasında yardımlarını esirgemeyen, Öğr Gör. Revşen AKAY, Öğr. Gör. İbrahim Levent DEMİRÇAKMAK, mutfak asistanımız Didar BAŞGÖZE'ye, çalışmaya katılan Gelişim üniversitesi ailesine, bu çalışmada mezeleri beraber hazırladığımız öğrencilerime teşekkürlerimi iletiyorum.

Ve yüksek lisansa başlamamı benden daha çok isteyen, mesleki başarılarımda ve hayatımda yol arkadaşım ve yegâne destekçim olan sevgili eşim Fatma KIYICIOĞLU'na sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

GİRİŞ

Yemek kültürü, bir toplumun tarihsel birikimini, sosyo-kültürel değerlerini ve yaşam biçimini yansıtan en temel öğelerden biridir (Chef Mezze, 2024). Bu bağlamda, meze kültürü de yalnızca damak zevkine hitap eden bir unsur olmanın ötesinde; paylaşım, birliktelik ve misafirperverlik gibi değerleri temsil etmektedir. Mezeler, Türk mutfağında geçmişten günümüze taşınan, sofralarda başlangıç yemeği ya da ana öğün tamamlayıcısı olarak yer bulan önemli yiyecekler arasında yer alır (Özdamar, 2024).

Gastronomi alanında yaşanan gelişmeler, yemeklerin sadece lezzet açısından değil, görsellik ve estetik yönleriyle de değerlendirilmesini gündeme getirmiştir. Özellikle sunum estetiği, tüketicilerin yiyeceğe olan algılarını doğrudan etkileyen bir faktör haline gelmiştir (Aksoy ve Sezgi, 2017). Aynı içeriğe sahip bir yemeğin farklı sunum teknikleriyle servis edilmesi, tüketici tercihlerinde ve duysal algılarında önemli farklar yaratabilmektedir (Duman, Yılmaz ve Er, 2021). Bu durum, geleneksel ve modern sunum anlayışlarının karşılaştırılmasını önemli kılmaktadır.

Geleneksel meze sunumları, daha çok klasik tabaklama tekniklerine dayanmakta ve ürünün doğal haliyle servis edilmesini öne çıkarırken; modern sunumlar, moleküler gastronomi, minimalizm ve dekonstrüksiyon gibi çağdaş yaklaşımlarla mezeyi yeniden yorumlamaktadır (Duman vd., 2021). Ancak literatürde, özellikle meze sunumlarının geleneksel ve modern tekniklerle hazırlanarak duysal analiz yöntemiyle değerlendirilmesine yönelik çalışmalar sınırlıdır (Özdamar, 2024).

Bu araştırma, İstanbul'da faaliyet gösteren restoranlarda en çok tercih edilen on meze çeşidini ele alarak; bu mezelerin geleneksel ve modern sunum teknikleriyle hazırlanmış örneklerinin, duysal algı üzerindeki etkilerini karşılaştırmalı olarak incelemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda, çalışmanın temel amacı; geleneksel ve modern sunum biçimlerinin tüketici beğenisi üzerindeki etkisini ortaya koymak ve sunum estetiğinin duysal değerlendirme süreçlerindeki rolünü belirlemektir.

Bu çalışmanın sonuçlarının, gastronomi alanında özellikle yiyecek sunumu ve tüketici davranışları konularında yeni açılımlar getirmesi ve sektörel uygulamalara ışık tutması beklenmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

GELENEKSEL TÜRK MEZELERİ VE MEZE KÜLTÜRÜ

1.1. Meze

“Meze” kelimesinin ilk kullanımı, tat, lezzet anlamına gelen Atebetü’l- Hakayık ve “tadımlık çerez” olarak geçen Lugat-ı Osmani gibi erken dönem yazılı kaynaklarda yer almaktadır (Erdoğan, 2023). Mezelerin kesin olarak hangi coğrafyada doğduğu bilinmemekle birlikte, araştırmalar bu yiyecek kültürünün ilk örneklerinin Girit mutfağında görüldüğünü ortaya koymaktadır. Girit mutfağı; yabani otlar, zeytinyağı, sebze, meyve, balık ve baharatlarla hazırlanan yemek ve salatalarıyla, dönemin Anadolu mutfaklarından ayrılmaktadır (Yıldırım Saçılık, Çevik ve Toptaş, 2018). Ayrıca Antik Yunan’da temelleri atılan meze anlayışı, Fars mutfağına da uzanmakta; Farsça lezzet, zevk, tat anlamına gelen meza kelimesiyle özdeşleşmektedir (Sami, 1899).

Osmanlı mutfağına XVI. yüzyıldan itibaren dâhil olan mezeler, başlangıçta meyhanelerde alkol eşliğinde yavaşça tüketilen küçük porsiyonlu yiyecekler olarak sunulmuştur. Zamanla bu gelenek dönüşüme uğrayarak, sadece içki sofralarına özgü olmaktan çıkmış; kaliteli malzemelerle hazırlanan, hafif, sağlıklı ve lezzetli yemekler haline gelmiştir. Bu çeşitlilik ve gelişim, 1838 yılında imzalanan Balta Limanı Anlaşması’nın serbest ticareti teşvik etmesiyle daha da ivme kazanmıştır (Erdoğan, 2023). Günümüzde Türk mutfağı, sahip olduğu zengin meze çeşitliliğiyle bu kültürün önemli temsilcilerinden biri olmuştur.

Bir başka tanıma göre; Farsça kökenli maze kelimesinden türeyen meze, İran kültüründe maza olarak yer bulmuştur. Bu terim, Arap ve Fars etkisiyle Türkçeye geçmiş; zamanla Türk mutfağına yaygınlaşmıştır. Bugün “meze” olarak bilinen bu kavram, Fransa’da ordövr, İspanya’da tapas, İtalya’da antipasto, Mağrip ülkelerinde ise mukabalat adıyla bilinmektedir (MEGEP, 2006). Türk Dil Kurumu’na göre maza kelimesi lezzet, meze ise içki yanında sunulan çeşitli hafif yiyecekler anlamına gelmektedir. Ancak bu tanımın mezelerin çeşitliliğini tam olarak yansıttığı söylenemez.

Genel olarak mezeler, küçük porsiyonlar halinde sunulan, lezzet yoğunluğu yüksek ve kullanılan malzemenin tadının ön planda olduğu yiyeceklerdir. Genellikle

ana yemekten önce, başlangıç olarak servis edilir ve çoğunlukla soğuk olarak sunulurlar.

1.2. Mezenin Tarihçesi ve Kökeni

Meze terimi, 12. yüzyılda Edip Ahmet Yükneki'nin yazdığı “Atabetü'l-Hakayık” adlı eserde “tad” veya “lezzet” anlamında kullanılmıştır. Bu, maza kelimesinin geçtiği ve kayıtlara geçen ilk yazılı kaynaktır. Öncesinde, 12. yüzyıldan önce bu kelimenin sözlü olarak yaygın olduğuna inanılmaktadır. Ahmet Vefik Paşa'nın yazdığı “Lehçe-i Osmani” adlı sözlükte ise meze, “tadımlik çerez” olarak tanımlanmıştır (www.etimolojiturkce.com).

İlk mezenin ne zaman yapıldığı ve kimler tarafından yapıldığı kesin olarak bilinmemektedir. Ancak bu konuda tarihsel bir değerlendirme yapmak mümkündür. Bunun için ilk önce zeytinyağının kimler tarafından bulunup kullanılmaya başlandığını araştırmak gerekir, çünkü birçok soğuk mezenin yapımında veya sunumunda zeytinyağı kullanılır. Arkeolojik bulgulara göre, Santorini Adası'nda 39.000 yıl öncesine ait zeytin ağacı yaprağı fosilleri bulunmuş ve bu, tarihteki en eski zeytin ağacına işaret etmektedir. Zeytinyağının ilk kez nasıl elde edildiğine dair bilgiler, M.Ö. 4400-4500 yıllarına kadar uzanmakta olup, bu bilgi özellikle Girit medeniyetine dayanmaktadır. Bu durumda, zeytinyağını ilk kullanan toplumun Giritliler olduğu kabul edilebilir. Akdeniz'deki diğer toplumlar da zeytinyağını Giritliler aracılığıyla tanımıştır. Zeytinyağının yemeklere güzel bir aroma ve dayanıklılık kazandırması, kullanımının yayılmasına yol açmıştır. Osmanlı mutfağında da zeytinyağlı yemekler mevcuttu; ancak İslam dininde içki yasak olduğundan, meze kültürü tam anlamıyla kabul görmemiştir. Bununla birlikte, Osmanlı'daki Gayrimüslimler meze kültürünü benimsemiş ve geniş bir şekilde tüketip üretmeye devam etmiştir. İstanbul'daki Gayrimüslimlerin işletmeleri sayesinde meze kültürü hızla gelişmiş ve yayılmaya başlamıştır (www.etimolojiturkce.com).

Meze, Fransızca'da ordövr (Hors d'oeuvre) olarak adlandırılmaktadır. Ordövr, iştah açıcı ve küçük porsiyonlarda sunulan yiyeceklerdir. Eskiden bu yiyecekler, yemek masasından ayrı olarak beyaz şarap eşliğinde tüketilirdi. Kanepeler, garnitürler ve süslü yiyecekler ordövr çeşitlerini oluşturur. Bu gelenek Fransızlar ve Ruslar tarafından uygulanırken, İngilizler yemek sonrası savories adı verilen baharatlı biberli mezeleri tüketme geleneğine sahiptir (MEGEP, 2018).

1.3. Türk Mutfağında Meze

Türk mutfağı, bulunduğu üç kıtanın kesişim noktasında yer almasının ve Osmanlı İmparatorluğu'nun fetihleri ve kültürel etkileşimleri sonucunda şekillenmiştir. Geçmişten günümüze bu etkileşimlerle zenginleşen mutfak kültürü, özellikle mezeler açısından farklı coğrafyabölgelerin ve tatların birleşimini sunmaktadır. Bu bağlamda mezeler, Türk mutfağının bir şöleni olarak karşımıza çıkar. Osmanlı Mutfağı, halk mutfağı ve saray mutfağı olarak iki ana başlıkta ele alındığında, saray mutfağı halk mutfağına göre daha zengin ve sofistike bir yapıya sahiptir (Demirgöl, 2018). Bu zengin mutfakta, mezeler önemli bir yer tutar ve saray mutfağının vazgeçilmez unsurlarından biri olarak kabul edilir. Mezeler, sadece görsel zenginlikleriyle değil, aynı zamanda tatlarıyla da sofraları süsleyen ve genellikle ana yemeklerin yanında hafif ve besleyici bir seçenek olarak sunulan yiyeceklerdir.

Osmanlı İmparatorluğu'nun 19. yüzyılda batılı devletlerle siyasi ilişkilerini güçlendirmesi, Osmanlı mutfağının Avrupa'dan etkilenmesine sebep olmuştur (Güler, 2008). Bu etkileşim, birçok yeni besin ve tarifi Türk mutfağına dâhil edilmesini sağlamış, mezelerin çeşitliliği de bu süreçte artmıştır. Bu kültürel alışveriş, Türk mutfağını daha da zenginleştirerek, günümüzdeki meze çeşitliliğini oluşturmuştur.

1.4. Dünya'da Meze Kùltürleri

Meze kelimesi etimolojik olarak incelendiğinde, kökeninin Farsça'da tat ya da lezzet anlamına gelen maza sözcüğüne dayandığı anlaşılmaktadır (Eroğlu, 2021). Farklı kültürlerde farklı adlarla anılan meze, Yunanistan'da mezze, İspanya'da tapas, İtalya'da ise antipasti olarak adlandırılmakta ve benzer şekilde iştah açıcı küçük porsiyonlar şeklinde sunulmaktadır (Uçan, 2022). Mezeler, görsel sunumları ve lezzetleriyle sofraları süsleyen, keyifli sohbetlere eşlik eden, hem estetik hem de gastronomik açıdan değer taşıyan yiyeceklerdir.

Geleneksel olarak meze, özellikle rakı gibi içkilerin yanında servis edilen bir eşlikçi olarak bilinmekle birlikte, zaman içerisinde bu anlayış değişmiş; meze, Akdeniz mutfak kültürünün ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Eroğlu, 2021).

Ancak Anadolu'nun bazı bölgelerinde içki tüketiminin dini inançlar sebebiyle uygun görülmemesi, meze kültürünün bu coğrafyalarda sınırlı gelişmesine neden olmuştur. Buna karşılık, Akdeniz bölgesinde yaşayan ve farklı inanç gruplarına mensup toplumlar arasında meze, bir yaşam biçimi ve sofraya geleneği olarak benimsenmiş ve zenginleştirilmiştir. Meze kültüründe zeytinyağının önemi büyüktür; hem yiyeceklerin raf ömrünü uzatmakta hem de tatlarına katkı sağlamaktadır (Eroğlu, 2021).

Meze kültürünün gelişimi, tarih boyunca yemek ve içki tüketiminin iç içe geçtiği sosyal mekânlarla doğrudan ilişkilidir. Antik Mezopotamya, Yunan ve Roma uygarlıklarında içki servis edilen alanlar, yalnızca tüketim noktaları değil aynı zamanda sosyalleşmenin ve paylaşılan yemek kültürünün doğduğu yerlerdi (Ana Britannica, 1994). Erken Orta Çağ Avrupa'sında meyhaneler, köy ve kent yaşamının merkezinde konumlanırken, 14. yüzyıldaki büyük veba salgınının ardından şehirleşmenin hız kazanmasıyla birlikte bu mekânlar, yeme içme ihtiyacını karşılayan toplumsal merkezler haline geldi. 15. ve 16. yüzyıllarda özellikle Fransa'da gastronomi bir sanat dalı olarak şekillenmeye başlamış, bu gelişim meyhanelerin sunum biçimlerine ve servis edilen yiyeceklerle de yansımıştır (Melton, 2011). Bu süreçte meze tarzı küçük porsiyonlu ve paylaşımaya uygun yiyecekler, sosyal etkileşimi destekleyen sofraların temel öğeleri haline gelmiştir. 18. yüzyıldan itibaren Avrupa kentlerinde meyhane sayısının artması, bu mekânların yemek kültürü üzerindeki etkisini daha da pekiştirmiştir. Meze, sadece içki eşlikçisi değil, kültürlerarası paylaşımı ve sohbeti besleyen bir sofraya ögesi olarak dünya mutfaklarında yer edinmiştir.

1.4.1. Arap kültüründe meze

Arap mutfak kültüründe mezeler, mutfak zenginliğini ve çeşitliliğini yansıtan önemli öğelerdir. Arap dünyasında geniş bir coğrafyada farklı tatlar ve gelenekler bir araya gelirken, mezeler de bu kültürel zenginliğin bir yansıması olarak sofralarda önemli bir yer tutmaktadır. Mezeler hem günlük yemeklerde hem de özel davetlerde, genellikle hafif ve besleyici atıştırmalıklar olarak tercih edilir. Bunun yanı sıra, Arap sofralarında mezeler genellikle başlangıç olarak servis edilir ve ana yemeklerden önce gelir.

Arap mutfağında mezeler için kullanılan malzemeler ve baharatlar, bölgedeki kültürel çeşitliliği yansıtır. Sumak, nar, limon suyu, maydanoz, çörekotu, zeytinyağı gibi tatlar, Arap mezelerinde sıklıkla yer bulur. Bu mezelerde kullanılan baharatların uyumsuzluğu bazen fark edilse de, özgün bir tat profili yaratmak amacıyla farklı malzemelerin bir arada kullanılması yaygındır. Mezeler, özellikle et ve sebzelerin eklenmesiyle zenginleşir ve genellikle ekmekle birlikte tüketilir. Arap mutfağında ekmek, hayatla özdeşleşmiş bir gıda maddesi olduğundan, birçok meze ekmekle birlikte yenir. Bu nedenle, ekmek sofraların vazgeçilmez bir parçası olup, mezelerin yanında da sıkça yer alır (Közleme, 2012; Şimşek, Soylu ve Durlu-Özkaya, 2020).

Arap mutfağında mezeler genellikle sağ elle yenir ve ekmekle birlikte yenildiğinde, bu yemekleri daha da lezzetli hale getirir. Mezelerin bu geleneksel hazırlanış biçimi, aynı zamanda Arap kültüründeki sosyal paylaşım anlayışını da pekiştirir. Sofra, misafirlerin ve aile üyelerinin birlikte keyifli bir zaman geçirebileceği, yemeklerin ve sohbetin paylaşıldığı bir alan olarak şekillenir. Bu nedenle, mezeler sadece birer yemek değil, aynı zamanda sosyal bir etkinlik ve kültürel bir bağ oluşturur (Közleme, 2012; Şimşek, Soylu ve Durlu-Özkaya, 2020).

Arap mutfağındaki mezeler, yalnızca tatlarıyla değil, tarihsel ve kültürel etkilerle de zenginleşmiştir. Özellikle Baharat Yolu gibi önemli ticaret yolları üzerinde yer alması, bölgedeki mutfak kültürlerinin gelişimine katkı sağlamıştır. Lübnan mutfağı, Arap mezelerini gelişen kültürel etkilerle ustaca harmanlayarak, benzersiz bir kimlik oluşturmuştur. Bu kimlik, mezelerde kullanılan malzemeler ve tatlar aracılığıyla, Lübnan mutfağını özgün kılmakta önemli bir rol oynamaktadır (Allan, 2009; Belge, 2001).

1.4.2. Yunan kültüründe meze

Yunan mutfağı, kendine has ve derin bir gastronomik mirasa sahip olan Akdeniz mutfağının önemli bir parçasıdır. İklim koşulları ve coğrafi özellikler, özellikle zeytinyağlı yemeklerin ve taze sebzelerin bu mutfakta ön plana çıkmasına neden olmuştur. Ayrıca, zeytinyağı, Yunan mutfağında en çok tercih edilen pişirme yağıdır ve yemeklerin büyük bir kısmında bu temel bileşen kullanılır. Yunan halkının denizle iç içe olması, balık ve diğer deniz ürünlerinin mutfaklarında önemli bir yer tutmasına yol açmıştır. Yunanistan, bir kıyı ülkesi olarak, adalarının çeşitliliği ve denizle olan yakınlığı sayesinde deniz ürünleri konusunda zengin bir mutfağa sahiptir. Zeytinyağlı

yemekler, sebzelerle yapılan lezzetli tabaklar bu mutfağın en bilinen özellikleri arasındadır (Liacopoulou, 2013).

Yunan meze kültürü, eski Yunan dönemlerinden günümüze kadar evrimleşerek gelmiştir. Mezeler, genellikle küçük porsiyonlarda, tatlı ve tuzlu dengesiyle hazırlanan, sıcak ya da soğuk tüketilen yemeklerdir. Yunan meze geleneği, sosyal yemeklerin önemli bir parçasıdır ve meyhanelerde, taverna türü lokantalarda sıklıkla servis edilir. Mezeler, taze ve lezzetli malzemelerle yapılır ve en çok zeytinyağı olarak pişirilir. Bu yemekler, genellikle rakı veya uzo gibi alkollü içeceklerle birlikte servis edilir ve yemeklerin keyfini çıkarırken sohbetlere eşlik eder (Bozis, 2020).

Yunan mutfağında yer alan bazı geleneksel mezeler, Türk mutfağıyla benzerlikler taşır, ancak her iki kültür bu yemekleri kendilerine özgü şekilde yorumlamaktadır. Örneğin, “Dolmades” adı verilen üzüm yaprağından yapılan zeytinyağı dolma, Türk mutfağında “Dolma” olarak bilinir. Yunan mutfağında dolmalar, genellikle pirinç, baharatlar ve çeşitli otlarla zeytinyağı olarak hazırlanır (Matenopoulos, 2014). Bunun dışında, “Pseptis Dolmades” olarak bilinen ve eksik malzemelerle yapılan dolmalar ise Türk mutfağındaki “Yalancı Dolma” ile aynıdır. Burada “yalancı” sıfatı, yemeğe eksik malzeme eklenmesinden esinlenerek kullanılır (Akın, 2003).

Yunan salatası, ya da bilinen adıyla Horiatiki, mutfaklarının vazgeçilmez tabaklarından biridir. Taze malzemelerle yapılan bu salata, zeytinyağı ve yerel peynir çeşitleriyle tatlandırılmaktadır. Yunan mutfağında yoğurt da önemli bir yere sahiptir ve Yunan yoğurdu, genellikle koyun, inek veya keçi sütünden yapılır. “Greek Yogurt” adıyla bilinen bu yoğurt, yüksek protein içeriği ve kıvamıyla dünya çapında popüler olmuştur (Gürsoy, 2014).

Meze çeşitleri arasında yer alan Fava, Hummus, Tarama gibi yemekler, farklı bakliyatlar ve sebzelerle yapılır.(Akın,2003).

Yunan mutfağında deniz ürünleri de oldukça çeşitlidir ve balık türleriyle yapılan mezeler, Akdeniz’in özgün tatlarını yansıtır. Örneğin, “Kalamari” (kalamar) ve “Lavraki” (levrek) gibi deniz ürünleri, mezelerde sıkça karşımıza çıkar. Bu yemekler, hem Türk mutfağından hem de Yunan mutfağından geleneksel tariflerle yapılmaktadır, ancak her iki kültür de bu yemekleri kendine özgü yöntemlerle pişirir (Chrysanthou, 1997).

Sonuç olarak, Yunan mutfuğı ve meze kùltùrù, tarihsel geçmişinden gùnùmùze kadar geleneksel ve özgùn yemeklerin birleşimidir. Mezeler, sadece birer yemek değil, aynı zamanda toplumsal bağların güçlendiği ve kùltürel mirasın nesilden nesile aktarıldığı önemli bir ögedir. Her biri kendi tarihini ve kùltürünü yansıtan Yunan mezeleri, dünya çapında bilinen ve sevilen yemeklerdir.

1.4.3. Ermeni kùltüründe meze

Ermeniler, Anadolu'da tarihte ilk yerleşim gösteren halklardan biri olup, dünya genelinde tahminen 7-10 milyon Ermeni yaşamaktadır. Bu nüfusun yaklaşık 3 milyonu Ermenistan'da bulunmaktadır. Ermenilerin Anadolu'da yaşadıkları yaklaşık 1.500 yıllık süreçte, Türk mutfak kùltüründen etkilendikleri gözlemlenmiştir. Bu etkileşim, iki kùltür arasında karşılıklı bir alışverişin de temelini atmıştır. Ermeni mutfuğı, yalnızca Türk mutfuğıyla değil, evre halklarla da etkileşim içinde gelişmiştir (Atilla, 2005). Bununla birlikte, Ermenilerin dini yapılarına bağlı olarak, bazı özel gün yemeklerinin kendilerine özgü olduğunu da söylemek mümkündür. Ermeni mutfuğının izlerine Anadolu'nun birçok ilinde rastlanırken, İstanbul'daki Ermeni mutfak kùltürü, Anadolu'daki diğer Ermeni mutfaklarına göre daha rafine, farklı ve seçkin bir yapıya sahiptir.

Ermeni nüfusunun Anadolu'dan dünyanın dört bir yanına göç etmesiyle birlikte, İstanbul Ermenileri, Erivan Ermenileri, Moskova Ermenileri ve Marsilya Ermenileri gibi farklı gruplar ortaya çıkmıştır. Bu durum, Ermenilerin farklı bölgelerde farklı lehçeler kullanmalarına ve bu lehçelerin yemek isimlerine de yansımaya neden olmuştur. Batı Ermeni lehçesi, UNESCO'nun “Tehlikede Olan Dünya Dilleri Atlasında yer alacak kadar önemli bir dil haline gelmiştir. İstanbul Ermenilerinin mutfuğı, diğer bölgelerdeki Ermenilerden oldukça farklıdır. Örneğin, Moskova ve Erivan'daki Ermeni restoranları, İstanbul'daki mutfakla karşılaştırıldığında aynı lezzetleri sunmamaktadır (Atilla, 2005).

Doğu Anadolu'dan Batı'ya, özellikle İstanbul'a kadar uzanan Ermeni topluluğu, Osmanlı İmparatorluğu içinde önemli bir yer edinmiştir. Bu süre zarfında, doğudaki alışkanlıklar, İstanbul'a geldikten sonra her alanda olduğu gibi mutfakta da değişiklik göstermiştir. Hristiyanlığı kabul eden ilk ulusal toplumlardan biri olan Ermeniler, 17. yüzyılda İstanbul'da küçük bir Katolik Ermeni cemaati oluşturmuş ve bu cemaat, gùnümüzde Fransa'nın güneyinde, İzmir'de ve bir miktar Antakya'da yaşamaktadır. 5.

yüzyılda Eski Ermeni Krallığının yıkılması ile birlikte, Ermenilere ait bir ülke kavramı sona ermiştir. Bugün Türkiye'de Ermeni nüfusunun tam sayısı kesin olarak bilinmemekle birlikte, 45.000 ile 60.000 arasında olduğu tahmin edilmektedir.

İstanbul Ermenilerinin mutfağı, özellikle meze ağırlıklıdır. Bu durum, doğudan gelen Ermenilerin zeytinyağı ile tanışmalarıyla açıklanabilir. Zeytinyağını tanıyan ve rakı içmeyi seven bir halk olarak, İstanbul Ermenileri, mezeleri bu içkiye eşlik edecek şekilde hazırlamışlardır. Bu yemekler arasında Topik, dalak dolması, uskumru dolması, pilaki, tarama ve Ermeni usulü paskalya çöreği gibi önemli mezeler bulunmaktadır. Dalak dolması ise özellikle Noel'de yapılan klasik bir yemektir. Bugün Kumkapı'da bulunan ünlü Kör Agop Meyhanesi ve Minas'ın Meyhanesi (şu anda Olimpiyat 2 Minas olarak bilinir), Ermeni meyhanelerine örnek gösterilebilir.

Ermeni mutfağı ile ilgili kaynaklar genellikle Ermenice yazıldığından, bu alandaki kaynak sayısı sınırlıdır. Ancak Takuhi Tovmasyan'ın “Sofranız Şen Olsun” ve “Mükemmel Yemek” gibi eserleri, Ermenice'den Türkçeye çevrilen nadir kitaplardandır. “Mükemmel Yemek”, Vaginad Pürad tarafından derlenmiş ve 1926 yılında Ermenice harflerle Türkçe olarak basılmıştır. Bu kitapta toplam 637 yemek tarifi yer almaktadır. Ermeni mutfağını anlatan diğer önemli yazarlar arasında Sabri Koz, Kevork Pamukçuyan ve Turgut Kut bulunmaktadır.

Tovmasyan'a göre, Ermeni mutfaklarında yemek, sadece yaşam için yenmez, yemek için yaşanır. Ermenistan'da et ağırlıklı bir mutfak bulunurken, İstanbul mutfağındaki mezeler ise “muhabbet”i yansıtmak için hazırlanır (Tovmasyan, 2004). Van ve Erivan Ermenilerinin yaptığı yemekler, İstanbul Ermenilerinin mutfağından farklıdır. Örneğin, İşbabyan, Kölle, Nanançuçe ve Zillop gibi yemekler, doğu Ermeni mutfağının geleneksel yemeklerindendir. İstanbul Ermenileri bu yemekleri bilmezken, doğu Ermenileri de İstanbul mutfağının öne çıkan dolma çeşitlerini tanımazlar. Bu durum, Ermeni mutfak kültüründeki coğrafi farklılıkların gelişim ve değişim süreçlerinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir (Tovmasyan, 2004).

1.5. Türkiye’de Meyhane ve Restoran Kültürü

Meyhane kavramı, kökeni itibarıyla Farsça'ya dayanmaktadır. “Mey” (şarap) ve hane (ev) kelimelerinin birleşiminden türetilmiştir (Sami, 1899). Osmanlıca Sözlüğünde ise meyhane, “şarap içilen ve içki sunulan yer” olarak tanımlanmıştır (Devellioğlu, 2013). Günümüzde, mey kelimesi genellikle alkollü içecekleri

tanımlamak için kullanılırken, bu içeceklerin tarihsel olarak insanlık tarihinin ilk dönemlerinden itibaren toplumsal hayatın önemli bir parçası olduğu görülmektedir. Özellikle Mezopotamya ve Sümerler gibi eski medeniyetlerde, alkollü içecekler, tanrılara sunulan kutsal içecekler ve dini ritüellerin bir parçası olarak yer almıştır. Ayrıca, alkollü içecekler, baharın gelişini kutlamak gibi toplumsal etkinliklerde de kullanılmıştır.

Sümerler döneminde, içki içen kadın sakiler de bu kültürün önemli bir simgesiydi. Alkollü içeceklerin tüketildiği mekânlar tarihsel süreçte yaygınlaşmış ve Hammurabi Kanunları gibi metinlerde, içki içme ve meyhane faaliyetleriyle ilgili çeşitli düzenlemelere yer verilmiştir (Akbulut, 2016). Hristiyanlıkta, özellikle şarap “İsa’nın kanı” olarak kutsal bir anlam taşımaktadır. Musevilikte ise alkol, sarhoş olmamak kaydıyla dinsel ritüellerin bir parçasıdır ve Tevrat’ta şarap, kullanılan en eski ilaç olarak belirtilmektedir. Ancak İslamiyet’te alkol, sarhoşluk yaratıcı etkisi nedeniyle yasaklanmış ve haram kabul edilmiştir (Öncü, Ögel ve Çakmak, 2001).

Meyhane kültürünün kökeni, özellikle 15. ve 16. yüzyıllarda Avrupa’da gastronomi mekânları olarak gelişmiştir. Meyhane, Fransa’da 18. yüzyılda toplumun her kesimine hitap eden sıcak, rahat bir ortam olarak şekillenmiş ve Avrupa’da önemli bir yer edinmiştir. Bu dönemde meyhaneler, bilgi alışverişi, iş görüşmeleri ve sosyal toplantılar için önemli merkezler haline gelmiştir. 1710 yılında Paris’te 5.000, 1735 yılında ise Londra’da 10.000’in üzerinde meyhane olduğu bilinmektedir (Erdoğan, 2023).

Osmanlı İmparatorluğu’nda ise içki içme, özellikle Müslümanlar için yasaklanmışken, gayrimüslimlere belirli koşullar altında içki içme izni verilmiştir. Meyhane kültürü, İstanbul’a Fatih Sultan Mehmet’in 1453’teki fetihleriyle birlikte Bizans’tan Osmanlı’ya geçmiş, Galata’da gayrimüslimler tarafından işletilen meyhaneler faaliyet göstermeye başlamıştır (Çokuğraş, 2016). 16. yüzyıldan itibaren meyhaneler, sadece içki içilen yerler olmaktan çıkarak, sosyalleşme ve eğlence mekânları haline gelmiştir. Özellikle İstanbul’da 16. yüzyılda 1500’e yakın meyhane bulunmaktaydı (Erdoğan, 2020; Erdoğan, 2023).

Osmanlı’da “gedikli” ve “koltuklu” olmak üzere iki tür meyhane bulunuyordu. Gedikli meyhaneler ruhsatlı, koltuklu meyhaneler ise ruhsatsız olanlardı ve lonca sistemi çerçevesinde kayıt altına alınmışlardı. 20. yüzyılın başlarında loncaların

kaldırılması ile bu sistem son bulmuş ve meyhaneler farklılaşmaya başlamıştır (Büke Hoşgör, 2022). Tanzimat dönemiyle birlikte modernleşme süreci de meyhanecilik kültürünü etkilemiş, gazinolar, birahaneler ve barlar gibi Batı kökenli mekânlar yaygınlaşmıştır. 1875-1880 yılları arasında, geleneksel meyhanelere yeni özellikler entegre olmuştur; örneğin, eski meyhanelerde kullanılan sini ve tabureler yerine masa ve sandalyeler kullanılmaya başlanmış, masalarda tuzluk, biberlik ve beyaz örtüler gibi yenilikler yer almıştır.

Cumhuriyet dönemiyle birlikte, özellikle 1800'lü yıllarda rakı, Türk içki kültürünün merkezi haline gelmiş ve cam ile kristal sanatıyla ilgilenen zanaatkârlar, rakı için özel bardaklar üretmeye başlamıştır (Harmandar, 2019). 19. yüzyıl sonlarından günümüze kadar gelen süreçte, meyhaneler İstanbul'un farklı kimlikleriyle harmanlanmış ve büyük rağbet görmüştür. 1980'lere kadar geleneksel meyhane kültürü, lüks balık lokantalarına dönüşmüş ve 1990'lı yıllarda yiyecek odaklı meyhane anlayışı benimsenmiştir. Ancak geleneksel meyhane kültürünün önemi zamanla azalmış ve neredeyse unutulmaya yüz tutmuştur (Georgeon, 2002; Kaynar, 2014; Koçu, 2015).

Türk Dil Kurumu'na (2017) göre restoran, yemeklerin pişirilip satıldığı bir yer olarak tanımlanırken, başka bir tanıma göre ise yiyecek ve içecek üretiminin yanı sıra hizmet de sunan, kaliteli hizmet anlayışıyla insanların güzel zaman geçirmesini amaçlayan ticari kuruluşlardır (Şengül ve Türkay, 2016). Restoranlar, yalnızca yemek yenen bir mekân olmanın ötesinde, bir sosyal etkileşim alanı ve kültürel ifadenin bir aracı olarak da önemli bir rol oynamaktadır.

Tarihsel perspektife bakıldığında, restoran kavramı bugünkü anlamıyla şekillenmeden önce, şifa veren et suyu ve çorba gibi besinler, yemek yenen yerler olarak tanımlanmıştır (Spang, 2007). İlk modern restoranın, Paris'te Boulanger tarafından açıldığı bilinmektedir. Boulanger, müşterilerine yemek seçme hakkı tanımış ve böylelikle modern restoran anlayışını ortaya koymuştur (Morgan, 2006). Fransız Devrimi sonrasında, Fransa'daki ünlü aşçılar işsiz kalmış ve bir kısmı dünya genelinde farklı ülkelere göç ederek kendi restoranlarını kurmuşlardır. 1794'te Fransa'dan kaçan bir grup, büyük oranda Amerika'ya yerleşmiş ve burada restoran kültürünün yayılmasına öncülük etmiştir (Allan, 2009).

Amerika’da, 1950’ler ve 1960’lar itibarıyla kaliteli hizmet talebinde bulunan geniş bir müşteri kitlesi oluşmuş ve bu dönemde restoranlar, hizmet endüstrisinin temellerini atarak dönüşüm geçirmiştir (Güler, 2008). Türkiye’de ise restoran kültürü, dünya genelindeki gelişmeleri takip ederek ve Avrupa ülkelerinin restoran anlayışlarını benimseyerek gelişmiştir. Restoranlar, sadece yemek sunumuyla sınırlı kalmayıp, aynı zamanda sosyo-kültürel birer alan haline gelmiştir (Korkmaz, 2010).

1.6. Meze Türleri

Mezeler, Türk mutfağının geleneksel yapısında başlangıç yemeği olarak yer alan, genellikle küçük porsiyonlar hâlinde ve estetik bir sunumla servis edilen yiyeceklerdir. Sıcak ve soğuk olmak üzere farklı servis türlerine sahip olan bu yemekler hem görsel hem de lezzet açısından sofraların vazgeçilmezidir (Gürman, 2003).

Türk mutfağında meze yapımında mevsimsel ürünlerin tercih edilmesi esastır. Yaz aylarında patlıcan ve biber gibi sebzeler; ilkbaharda enginar, sonbaharda mantar ve kış aylarında lahana gibi ürünlerle hazırlanan mezeler, doğallıkları ve tazelikleriyle sofralara ayrı bir lezzet katmaktadır (Gürman,2003). Mevsime özgü ürünlerin yanı sıra, kurutulmuş sebzeler, tuzlanmış balıklar ve konserveler gibi muhafaza edilmiş gıdalarla hazırlanan mezeler de geleneksel mutfağın zenginliğini ortaya koymaktadır (Usta, 1979).

Ayrıca, Fransız mutfak geleneğinden gelen ordövr kültürü ile Türk mezeleri arasında biçim ve sunum açısından benzerlikler gözlenmekte, bu da mutfaklar arası etkileşimi ortaya koymaktadır (Usta, 1979). Mezelerin çeşitliliği, kullanılan hammaddelerin geniş yelpazesi ve hazırlık tekniklerinin farklılığı ile oldukça zengindir. Bu yönüyle, mezeler yalnızca bir başlangıç tabağı değil, aynı zamanda bir mutfak kültürünün aynasıdır (Labensky ve Hause, 2006).

Günümüzde şefler, geleneksel meze reçetelerini modern tekniklerle harmanlayarak sunumlarını çeşitlendirmekte ve dünya mutfaklarıyla sentezlemektedir (Gürman, 2003). Bu süreçte gastronomik terminolojiye hâkimiyet de önem taşımakta, Türk ve dünya mutfaklarına ait terimlerin doğru anlaşılması için teknik sözlükler kullanılmaktadır (Kunt, 2004).

1.6.1. Soğuk meze çeşitleri

Soğuk mezeler, Türk mutfağında özellikle öğünlerin başında tüketilen, genellikle zeytinyağlı, yoğurtlu veya sebze temelli malzemelerle hazırlanan, çeşitli tat ve dokularda sunulan yiyeceklerdir. Bu mezeler, hem hafiflikleri hem de besleyici özellikleri ile sofraların vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir.

- **Zeytinyağlı sebzeler:** Türk mutfağında zeytinyağlı sebze yemekleri, her türlü sebze ve baklagil türünden hazırlanabilen mezelerden oluşur. Zeytinyağlı yemeklerin en belirgin özelliği, soğuk servis edilmeleridir. Bu tür yemekler mevsime göre değişen taze sebzelerle hazırlanır ve Türk mutfağının en bilinen zeytinyağlıları arasında zeytinyağlı taze fasulye, imambayıldı, kabak bayıldı, zeytinyağlı bakla, zeytinyağlı pırasa gibi çeşitler yer almaktadır (Gürman, 2003).

- **Zeytinyağlı dolma ve sarmalar:** Türk mutfağında zeytinyağlı dolma ve sarmalar da bu kategoriye dâhildir. Zeytinyağlı dolmalar genellikle biber, patlıcan, enginar gibi sebzelerle hazırlanır. Yaprak sarması ve lahana sarması da bu grupta yer almaktadır (Dalaman Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, 2020).

- **Kızartmalar:** Mevsiminde sebzeler kızartılarak, yoğurt veya domates sosu ile meze olarak sunulabilir. Patlıcanın kızartılmasıyla hazırlanan şakşuka ve köpoğlu mançosu gibi mezeler bu gruba örnektir (Dalaman Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, 2020).

- **Ezmeler:** Ezmeler, ezilebilen yiyeceklerin karışımıyla yapılan mezelerdir. Bunlar kanepelerde süsleme amacıyla da kullanılabilir. Domatesli ezme salatası, beyaz peynirli ezme ve közlenmiş patlıcan ezmesi Türk mutfağında yaygın örneklerdendir (Kunt, 2004).

- **Çiğ köfteler:** Çiğ köfte, bulgur ve çiğ etin yoğrulmasıyla hazırlanan, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne özgü bir meze çeşididir. Hazırlanışı yöresel farklılıklar gösterse de temel malzemeler bulgur, baharatlar ve çiğ ettir (Gürman, 2003).

- **Yoğurtlu mezeler:** Yoğurt, Türk mutfağının vazgeçilmez malzemelerinden biridir ve özellikle süzme yoğurt zeytinyağlı mezelerde kullanılır. Haydari, cacık, yoğurtlu patlıcan gibi mezeler bu grupta yer almaktadır (Usta, 1979).

• **Taratorlar:** Tarator, yoğurt ve tahin ile hazırlanan ve ceviz, sarımsak gibi malzemelerle zenginleştirilen bir sos ve meze çeşididir. Midye tava ve kalamar kızartma gibi yemeklerle birlikte sıklıkla servis edilir (Usta, 1979).

• **Diğer mezeler:** Dip soslar, kraker, cips veya çiğ sebzelerle servis edilen, koyu kıvamlı ve batırılarak yenilen soslardır. Ayrıca, havyar ve tarama gibi özel mezeler de Türk mutfağında yaygın olarak tüketilmektedir (Labensky ve Hause, 2006).

• **Humus:** Humus, haşlanmış nohuttun ezilmesiyle hazırlanan bir meze türüdür. Zeytinyağı, limon suyu ve tahinle karıştırılarak hazırlanır ve maydanoz, zeytin gibi garnitürlerle süslenir (Gürman, 2003).

• **Çemen:** Çemen, Fabaceae familyasına ait bir bitkiden elde edilen tohumlarla yapılan, aromatik ve acımsı bir mezedir. Pastırma yapımında kullanılan çemen, yoğurtlu mezelerle de birleşerek farklı tatlar oluşturur (Kunt, 2004).

• **Fava:** Favaya, özellikle kış aylarında ezme şeklinde tüketilen bir bakla yemeği olarak Türk mutfağında sıkça rastlanmaktadır (Kan, Aktaş ve Özaktan, 2010). Şahin ve Tosun'a (2019) göre bakla ezmesi, geleneksel kökenlere sahip olmakla birlikte, günümüzde yeniden keşfedilmekte olan özgün ve dikkate değer yöresel tatlardan biridir. Bu yemeğin kış aylarında da tüketilebilmesi, kuru bakla ile hazırlanabilmesine bağlıdır. Hazırlanışı sırasında kuru baklalar haşlanırken içerisine tat ve aroma kazandırmak amacıyla soğan, sarımsak ve çeşitli baharatlar eklenir. Tüm malzemeler yumuşadıktan sonra ezilerek pürüzsüz bir kıvam elde edilir ve bir kaptaki soğumaya bırakılır. Dinlendirme sürecinin ardından zeytinyağı, limon suyu ve dereotu ilavesiyle servis edilerek sofralarda yerini almaktadır.

1.6.2. Sıcak meze çeşitleri

Sıcak mezeler, genellikle soğuk mezelerin ardından, küçük porsiyonlarda sunulan iştah açıcı yiyeceklerdir. Bu mezeler, taze olarak hazırlanır ve genellikle çeşitli et, deniz ürünü veya sebze temelli olabilir. Örnekler arasında mini tavuk şişler, sakatatlar, börekler, küçük balıklar ve deniz ürünlerinin farklı pişirme yöntemleriyle hazırlanmış çeşitleri yer alır (Usta, 1979).

• **Mini börekler:** Sigara böreği en yaygın kullanılan mini börek çeşididir. Ancak, farklı türde börekler de sıcak meze olarak servis edilebilir. Porsiyonlar küçük olmalı ve asla doyurucu miktarda olmamalıdır. Örneğin, muska böreği,

patatesli börek ve mini talaş böreği gibi çeşitler sıkça tercih edilir (Dalaman Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, 2020).

- **Mini köfteler:** Mini köfteler, sıcak mezeler arasında yer alır ve genellikle küçük porsiyonlarda sunulur. Köfte harcı, bayat ekmek ve soğan karışımının yerine az kullanılarak daha yoğun baharatlarla tatlandırılır. İyi yoğrulup misket büyüklüğünde şekillendirilerek yağda veya fırında kızartılarak servis edilir (Kunt, 2004).

- **Midye tava:** Midye tava, popüler bir deniz ürünü olan midyenin, un ve yumurtaya bulanarak kızartılmasıyla hazırlanır. Ayrıca, mezgıt ve kalamar gibi deniz ürünleri de benzer şekilde hazırlanıp, genellikle tarator sosu ile sunulur (Usta, 1979).

- **Karides tava:** Karides tava, kısa sürede hazırlanabilen kaliteli bir sıcak mezedir. Karidesler, baş ve kuyruğu koparılmadan sırtlarından yarılr, tuz, biber ve limon suyu ile tatlandırılır. Ardından una bulanıp, az yağda kızartılarak, sauté edilmiş sebzelerle servis edilir (Dalaman Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, 2020).

- **Sıcak yumurtalar:** Sıcak yumurta çeşitleri, sıcak mezeler arasında yer alır ve genellikle kahvaltılarda tercih edilir. Omlet, sahanda yumurta, menemen ve ılıbır gibi Türk mutfağına özgü yumurta yemekleri sıcak meze olarak sunulabilir (Usta, 1979).

- **Sıcak pastırma ve sucuk:** Pastırma ve sucuk, Türk mutfağıının geleneksel ürünleridir ve sıcak meze olarak da sunulabilir. Örnek olarak kâğıtta pastırma, pastırmalı börek veya sucuklu yumurta gibi lezzetler tercih edilebilir (Kunt, 2004).

- **Diğer sıcak mezeler:** Klasik sıcak mezeler dışında, graten, güveç, karnıyarık, kroket, mantar ve kaşar gibi farklı seçenekler de sıcak meze olarak sunulabilir. Bu mezeler, mutfakta uygulamalı deneyimle çeşitlendirilebilir (Dalaman Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, 2020).

İKİNCİ BÖLÜM

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI VE MEZE TERCİHLERİ

Tüketici davranışı, tüketicilerin ürün ve hizmetleri seçmek, kullanmak ve elden çıkarmak için kullandıkları süreçlerin incelenmesidir. Bu süreç, tüketicilerin duygusal, psikolojik ve davranışsal tepkilerini içermektedir (Kotler, 2001). Tüketici davranışı, tüketicinin satın alma öncesinde, esnasında ve sonrasında yaptığı tüm eylemlerdir (De Mooij, 2019). Tüketici davranışı, hizmet seçme ve satın alma sürecinde alıcıların bir dizi davranışı olarak ortaya çıkmaktadır (Elov vd., 2024). Yiyecek, tüketicilerin her zaman en büyük endişesidir ve tüketicilerin catering hizmetlerini kullanma kararları üzerinde en güçlü etkiye sahiptir (Medeiros & Salay, 2013). Yiyecek faktörleri, Singh (2014) ve Nguyen vd., (2019) gibi diğer birçok çalışmada da tüketicilerin yiyecek hizmeti tercihlerine yönelik tutumları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu gösterilmiştir.

Tüketici davranışları, bireylerin ürün ve hizmetlere yönelik algılarını, seçimlerini ve tüketim alışkanlıklarını şekillendiren çok boyutlu bir süreçtir. Bu süreci etkileyen temel faktörler arasında sosyo-kültürel, demografik ve psikolojik unsurlar önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle geleneksel Türk mutfağında önemli bir yere sahip olan meze kültürü, tüketicilerin bu faktörlere bağlı olarak geliştirdiği tutum ve tercihlerle yakından ilişkilidir. Sosyo-kültürel faktörler; bireyin ait olduğu toplum, aile yapısı, kültürel normlar ve sosyal çevre gibi etkenlerle şekillenirken; demografik faktörler yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, eğitim durumu gibi değişkenleri kapsamaktadır. Psikolojik faktörler ise motivasyon, öğrenme, tutum ve inançlar gibi bireyin içsel süreçlerini içerir. Bu kapsamda, mezeye yönelik tüketici tercihlerinin daha iyi anlaşılabilmesi için söz konusu faktörlerin her biri aşağıda detaylı olarak ele alınmaktadır (Koç, 2019; Odabaşı ve Barış, 2017). Tüketici davranışı, kişiliği, kültürü, ekonomik durumu, sosyo kültürel faktörler ve alıcının psikolojik faktörleri büyük etkiye sahiptir (Elov vd., 2024).

2.1. Tüketici Davranışlarını Etkileyen Sosyo-Kültürel Faktörler

Tüketici davranışlarını şekillendiren faktörler, literatürde genellikle sosyal, kültürel, demografik, durumsal ve psikolojik başlıklar altında incelenmektedir. Bu bağlamda; bireyin içinde bulunduğu sosyal çevre, rol ve statüleri, referans grupları ve

aile yapısı gibi sosyal faktörler, tüketim tercihleri üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir (Sümer, 2007). Elov vd. (2024) sosyal faktörleri kontrol grupları, aile ve bireyin toplumdaki yeri olarak sınıflandırmaktadır.

2.1.1. Kültür

Kültür, bireylerin içinde yaşadığı toplumun öğrenilmiş ve bütünleşik davranış biçimlerini ifade eder ve bireyin hem davranışlarını hem de değer yargılarını temelden şekillendirir (Tek, 1997). Kültür, bireyin çocukluktan itibaren kazandığı normlar aracılığıyla satın alma davranışlarını da etkiler. Bu bağlamda, birey toplumun inanç ve değerleri doğrultusunda hareket etmeye eğilimlidir. Kültür, maddi ve manevi öğelerden oluşur; maddi öğeler teknolojik gelişmeleri ve üretim becerilerini, manevi öğeler ise toplumun inanç, değer, yasa ve geleneklerini içerir (Yaraş, 1998). Bu yapısıyla kültür, algı, öğrenme, tutum ve kişilik gibi birçok psikolojik süreci etkileyerek tüketici davranışlarında belirleyici rol oynamaktadır (Çakır, 2006). Her kültür, daha küçük alt kültürlerden oluşur ve bir ülkeden diğerine değişmektedir. Bu alt kültürler, insanları ortak gelenek ve inançlarına göre tanımlar ve sınıflandırır. Alt kültürler, milliyetleri, dinleri, ırksal grupları ve coğrafi bölgeleri içermektedir. Bu nedenle, işletmeler bir alt kültürün belirli tercihlerine uyacak şekilde özel pazarlama programları oluşturmalıdır (Kotler ve Keller, 2015).

2.1.2. Sosyal Sınıf

Sosyal sınıf, toplumun ve kültürel yapının içinde yer alan tabakalaşmayı ve hiyerarşik düzeni ifade etmektedir. Literatürde genellikle alt, orta ve üst sınıf şeklinde üçlü bir sınıflandırma yapılmaktadır. Bu sınıflar arasında kesin ve katı sınırlar bulunmamakta; bireyler sınıflar arasında belirli bir düzeyde hareketlilik gösterebilmektedir. Üst sosyal sınıf, çoğunlukla yüksek statüye sahip mesleklerde çalışan, kariyerinde başarılı olmuş ve yüksek gelir düzeyine ulaşmış bireylerden oluşan bir grup olarak tanımlanmaktadır. Ancak bu sınıfa dahil olabilmek yalnızca yüksek gelir elde etmekle mümkün değildir. Örneğin, yüksek maddi gelire sahip olsa da bu serveti yasa dışı yollarla edinmiş bir birey, toplumsal algı açısından üst sosyal sınıf içerisinde değerlendirilmemektedir (Kabasakal, 2022).

Sosyal sınıf, bireylerin yaşam tarzı, gelir düzeyi, meslek ve eğitim gibi ölçütlere bağlı olarak toplum içinde hiyerarşik olarak sıralanmasını ifade eder (Mucuk, 2009). Bu sınıflar arasında kesin çizgiler bulunmamakla birlikte bireylerin zamanla sınıflar

arasında geçiş yapması mümkündür. Tüketici davranışları bağlamında sosyal sınıf; harcama alışkanlıkları, tüketim kalıpları ve tasarruf eğilimleri üzerinde belirleyici rol oynamaktadır. Aynı sosyal sınıfa mensup bireyler benzer ürünleri tüketme eğiliminde olduklarından, satın alma davranışları da benzerlik göstermektedir (Çakır, 2006). Tüketiciler bazı durumlarda ait olmak istedikleri sosyal sınıfla özdeşleşen ürünler satın alarak, kendilerini bu gruplarla ilişkilendirmeye çalışmaktadırlar (Koç, 2019).

2.1.3. Aile

Aile, bireylerin davranışlarının şekillenmesinde önemli bir role sahip olan, güçlü etkileşimlerin yaşandığı temel sosyal birimdir. Evlilikle başlayan ve akrabalık bağlarıyla pekişen bu yapı, aynı zamanda hem gelir elde eden hem de tüketim yapan bir sistem olarak tanımlanır (Günindi ve Giren, 2011). Ailede kazanılan alışkanlıklar, bireylerin mevcut ve gelecekteki tüketim davranışlarını doğrudan etkiler. Genellikle erkek bireyler ürünün işlevsel yönüyle, kadın bireyler ise estetik özellikleriyle ilgilenirken; çocukların tüketim sürecindeki rolleri yaşlarına bağlı olarak zamanla değişim göstermektedir (Tokol, 1996).

2.2. Tüketici Davranışlarını Etkileyen Demografik Faktörler

Tüketici davranışlarını etkileyen demografik faktörler, bireylerin sosyo-ekonomik ve kültürel yapılarına bağlı olarak şekillenen ve pazarlama stratejilerinin belirlenmesinde temel alınan önemli değişkenlerdir. Bu faktörler arasında yer alan yaş, cinsiyet, meslek, gelir düzeyi, yaşam tarzı ve ekonomik durum gibi özellikler, tüketicilerin ihtiyaçlarını, beklentilerini ve satın alma davranışlarını doğrudan etkilemektedir. Özellikle bireylerin yaşam evrelerine, toplumsal rollerine ve gelir düzeylerine göre değişen tüketim alışkanlıkları, ürün ve hizmet tercihlerinin farklılaşmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda, aşağıda ayrıntılı biçimde ele alınan demografik faktörler, tüketici kararlarının nasıl şekillendiğini anlamada önemli bir çerçeve sunmaktadır (Koç, 2019).

2.2.1. Yaş

Bireylerin yaşla birlikte sosyal, fiziksel, ekonomik ve psikolojik özelliklerinde çeşitli değişimler görölmektedir (Çakmak, 2004). Örneğin; 15-20 yaş aralığındaki bireyler daha çok müzik, giyim gibi ürünlere ilgi gösterirken; 25-30 yaş grubundaki bireyler, meslek hayatına atıldıkları ve aile kurdukları için ev eşyalarına yönelmektedir

Bir yaş grubunun benimsediği ürünler, başka bir yaş grubu tarafından tercih edilmeyebilir. Bu nedenle işletmeler, yaş faktörünü pazarın bölümlenmesinde etkili bir değişken olarak değerlendirmekte ve hedef gruplarına uygun ürün, fiyatlandırma, dağıtım ve tanıtım stratejileriyle satın alma davranışını yönlendirmeye çalışmaktadır (Çakır, 2006).

2.2.2. Meslek ve Eğitim

Bireylerin satın alma davranışları, büyük ölçüde mesleklerine ve bu doğrultuda elde ettikleri gelir düzeyine bağlı olarak şekillenmektedir. Örneğin, inşaat sektöründe çalışan bir birey, öğle yemeğini çalıştığı alanda tüketmeyi tercih ettiğinden dolayı pratik bir yemek kabı satın alabilir. Buna karşılık, üst düzey bir yönetici ya da holding sahibi, öğle yemeğini lüks bir restoranda yemeyi tercih edebilir ve bu tür bir ürüne ihtiyaç duymayabilir (Cömert ve Durmaz, 2006).

Farklı eğitim ve öğrenim düzeylerine sahip bireylerin tüketim davranışları arasında belirgin farklılıklar gözlemlenmektedir. Eğitim düzeyi yüksek olan tüketiciler, satın alma kararlarını verirken daha analitik düşünmekte ve bilinçli tercihlerde bulunmaktadır. Bu tüketiciler, çoğunlukla teknolojik açıdan en gelişmiş ürün ve markaları tercih etme eğilimindedir. Ayrıca, bu grupta yer alan bireylerin marka sadakatinin de daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Eğitim seviyesi yüksek tüketiciler, yalnızca satın alma aşamasında değil, aynı zamanda olumsuz bir durumla karşılaştıklarında da daha bilinçli davranarak hak arama yollarını etkin biçimde kullanabilmektedirler. Memnuniyetsizliklerini dile getirme ve şikâyet mekanizmalarını işletme konusundaki bu eğilim, iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte daha da yaygınlaşmaktadır (Keskin, 2016).

2.2.3. Cinsiyet

Belch (2002), satın alma karar sürecini; sürecin başlatılması, bilgi araştırma ve değerlendirme ile nihai karar aşamaları olmak üzere üçe ayırmakta ve aile içi satın alma kararlarına farklı bir perspektif kazandırmaktadır. 458 bireyle yürütülen araştırmasında, kadınların erkeklere kıyasla satın alma sürecinde daha etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Beatty ve Talpade (1994) ise, Foxman'ın 1989 tarihli çalışmasını geliştirerek ergenlerin karar sürecindeki etkilerini cinsiyet temelinde incelemiş ve bütünleştirici bir model kullanarak 429 öğrenciyle anket uygulamıştır.

Araştırma bulgularına göre, ailenin çalışma durumu ergenin karar sürecine katılımını etkilerken, anne-oğul ile anne-kız ilişkileri arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir.

2.2.4. Yaşam tarzı

Yaşam tarzı, bireylerin yaşadıkları çevreden yeme alışkanlıklarına kadar günlük yaşamlarının büyük bir kısmını kapsayan geniş bir kavramdır. Kişisel ilgi alanlarını, düşünce yapılarını ve boş zaman faaliyetlerini yansıtır (Engel, Blackwell ve Miniard, 1995). Bu tarz, bireyin öğrenme süreciyle şekillenmekte olup; kültürel yapı, sosyal sınıf, referans grupları ve arkadaş çevresi gibi unsurlar tarafından etkilenmektedir (Sarıkaya, 2004).

2.2.5. Ekonomik özellikler

Gelir seviyesi arttığında, genellikle pek çok malın talebi de artar ve bu durumda gelir esnekliği pozitif olur. Bu tür mallara “normal mallar” denir. Örnek olarak et ve otomobil gösterilebilir. Ancak bazı mallar için durum farklı olabilir; gelir arttıkça bu mallara olan talep azalır. Bu durumda gelir esnekliği negatif olup, söz konusu mallar “düşük mallar” olarak adlandırılır. Örneğin, gelir düzeyi yükselen bir kişi reçel yerine bal veya mercimek yerine et almayı tercih edebilir. Aymankuy ve Ceylan (2013) tarafından yapılan araştırmada, ailelerin turistik ürün satın alım sürecinde çocukların etkisi incelenmiştir. Sonuç olarak, her iki ebeveynin çalıştığı ailelerde tatil kararı üzerinde eşlerin etkisinin eşit olduğu, tek bir eşin çalıştığı ailelerde ise babanın daha etkili olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, 13 yaş ve üzerindeki çocukların tatil satın alım sürecinde aktif rol oynarken, 13 yaş altı çocukların etkilerinin daha sınırlı olduğu görülmüştür.

2.3. Tüketici Davranışlarını Etkileyen Psikolojik Faktörler

Tüketici davranışlarını şekillendiren psikolojik faktörler, bireylerin satın alma kararlarını anlamada önemli bir temel oluşturmaktadır. Bu faktörler, bireyin içsel güdülerinden bilişsel süreçlerine kadar geniş bir yelpazede değerlendirilmekte olup, tüketim davranışlarını doğrudan etkilemektedir. Özellikle motivasyon, öğrenme, tutum ve inançlar gibi unsurlar, bireyin bir ürünü tercih etme, değerlendirme ve satın alma sürecinde belirleyici rol oynamaktadır. Bu bağlamda, aşağıda detaylı olarak ele alınan bu psikolojik faktörler aracılığıyla tüketicilerin karar alma mekanizmalarının

daha derinlemesine anlaşılması hedeflenmektedir (Odabaşı ve Barış, 2017). Aşağıda bu faktörler detaylı biçimde ele alınarak, tüketim kararları üzerindeki etkileri açıklanmaktadır.

2.3.1. Motivasyon

Bireyin ihtiyacını fark etmesi ve bu ihtiyacı gidermeye yönelik harekete geçmesi sürecidir. İnsanın hareketlerini yönlendiren düşünceler, umutlar, inançlar, arzular, ihtiyaçlar ve korkular birer güdü olarak tanımlanır (Çeltek, 2004). Bir kişiyi belirli bir hedefe yönlendiren güç ise “güdülenme” olarak adlandırılır. Güdülenme, zihinsel olarak hedeflerimize nasıl ulaşacağımızı, ne yapmamız gerektiğini ve yaşamımıza nasıl yön vereceğimizi belirleme sürecidir. Tüketicilerde, satın alma kararları ve davranışları üzerinde güdülenmenin önemli bir etkisi bulunmaktadır Motivasyon düzeyi tüketicilerin satın alma davranışlarını etkiler. İnsanlar belirli bir zamanda birçok ihtiyaca sahip olma eğilimindedir. Motive olmuş bir kişi, durumun algısıyla hareket etmeye hazırdır. Algı, aynı zamanda bir bireyin dünyanın anlamlı bir resmini çizmek için bilgileri seçtiği, düzenlediği ve yorumladığı süreç olan psikolojik bir faktördür. Bireysel inançlarına ve tutumlarına bağlı olarak, farklı kişiler aynı ürün hakkında farklı algılara sahiptir (Kotler ve Keller, 2015).

2.3.2. Öğrenme

İnsanı diğer canlı türlerinden ayıran en temel özellik, öğrenme kapasitesine sahip olmasıdır. Tüketimle ilişkili tüm süreçler ve bireysel davranışlar da öğrenme yoluyla şekillenmektedir. Tüketicilerin belirli markalara veya ürünlere yönelik sadakat geliştirmeleri, toplumsal kabul görmek amacıyla tanınmış markaların mal ve hizmetlerini tercih etmeleri ya da bir ürünü deneyimledikten sonra tekrar eden satın alma davranışları sergilemeleri, öğrenme temelli tüketici davranışlarına örnek teşkil etmektedir. Edinilen deneyimler sayesinde, her satın alma öncesinde ürünler hakkında yeniden araştırma yapmak, seçenekleri karşılaştırmak veya bilgi edinmek için ek çaba harcamaya gerek duyulmamaktadır. Bu durum, önceki deneyimlerin sonucunda gerçekleşen öğrenmelerin bir yansımasıdır. Böylelikle tüketiciler, karar alma sürecinde zaman ve enerji açısından tasarruf sağlamaktadırlar (Özabacı ve Özmen, 2005; Odabaşı ve Barış, 2007).

Öğrenme, bireylerin deneyimlerinden kaynaklanan bir davranış değişikliği sürecidir (Solomon, 1996). Öğrenme, ancak tekrar edilen deneyimler ve bilgilerin

ardından gerçekleşir. Bu süreç boyunca elde edilen tüketim bilgileri ve deneyimler, bireyin satın alma davranışlarına yön vermektedir. Kişinin kendisi ya da çevresi hakkında geliştirdiği tutumlar ve yargılar, genellikle deneyimlerden edinilen bilgilere dayanır ve bu da öğrenmenin bir sonucudur (Tavşancı, 1991).

2.3.3. Tutum ve inançlar

İnançlar, bireylerin belirli bir konu hakkında sahip oldukları düşünceleri ifade eder. Tutum ise, bireylerin çevrelerindeki nesne veya durumlara karşı gösterdikleri olumlu ya da olumsuz tepkiler olarak tanımlanabilir. Hem tutumlar hem de inançlar, bireylerin satın alma kararlarını doğrudan etkileyen faktörlerdir (Odabaşı ve Barış, 2007). Bir toplumda, bireylerin inançlarındaki benzerlik, güçlü ve yaygın bir kültürün oluşmasına katkı sağlar. Ayrıca, inançlar kültürün sürekliliğini de destekler. Tutumlar ise birey için anlam taşıyan, davranışı hazırlayıcı bir eğilimdir; gözlemlenebilir bir davranış olmayıp, bireyin farkında olduğu herhangi bir objeye yönelik bir tutumu ifade eder. Örneğin, Hindistan’da yaşayan bir kişi, kültürel inançları gereği restoranında inek eti satmayı kabul etmez (Solomon, 1996).

2.4. Geleneksel ve Modern Meze Tercihlerinde Farklılıklar

Meze, Türk mutfağının vazgeçilmez bir parçası olup, genellikle ana yemekten önce küçük porsiyonlarla sunulan bir dizi yemekten oluşur. Meze kültürü, Osmanlı İmparatorluğu’ndan günümüze kadar gelen bir gelenek olup, toplumların sosyal yapıları, tarihsel süreçleri ve ekonomik şartları doğrultusunda evrilmiştir. Son yıllarda, geleneksel meze anlayışının yerini modern mutfak anlayışından beslenen yeni meze çeşitleri almıştır. Bu tezde, geleneksel ve modern meze tercihleri arasındaki farklar ele alınacak ve bu farkların kökenleri tartışılacaktır.

2.4.1. Geleneksel meze kültürü

Meyhaneler, Osmanlı döneminde sosyal yaşamın önemli merkezlerinden biri olarak kabul edilmiştir. 16. yüzyılda şarap içimi yaygınken, 18. yüzyılın sonlarından itibaren rakı, meyhane kültürünün ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Bu dönemde meze, içkinin eşlikçisi olarak öne çıkmış ve tarihsel süreç içinde meyhanelerde sunulan yiyecek çeşitliliği de büyük bir evrim geçirmiştir. Meze kelimesi, kökeni Farsçaya dayanan ve tat, lezzet gibi anlamlar içeren bir terim olarak Osmanlıca’da “içki içilirken yenilen şey” şeklinde tanımlanmıştır (Develioğlu, 2013). Geleneksel meyhanelerde

rakı ile birlikte sunulan mezeler, genellikle küçük porsiyonlarda servis edilen yiyecekler olup, içkiyle uyumlu olarak tüketilmiştir (Zat, 2012). Mezeler, meyhane geleneklerinde her zaman önemli bir yer tutmuştur. Özellikle rakının lezzetini tamamlayan ve doğasını dengeleyen yiyecekler olarak bilinen mezeler, meyhanelerin vazgeçilmez unsurları arasında yer almıştır (Zat, 2012). 16. yüzyılda şarap içimi ön planda olsa da, bu dönemde sunulan mezeler arasında yarı pişmiş kebablar, ekşili çorbalar ve deniz ürünleri gibi yiyecekler öne çıkmıştır. 19. yüzyılda ise meyhanelerde balık-balık yumurtası ve havyar gibi deniz mahsulleri ile çeşitli tatlar sunulmaya başlanmıştır (Erdoğanlı, 2023). Ayrıca, meyhanelerde içki tüketimi sırasında tercih edilen yiyecekler arasında peynir, zeytin, ceviz, şekerli leblebi, meyveler ve kuru yemişler gibi seçenekler de yer almıştır (Erdoğanlı, 2023). Geleneksel meyhanelerde, mezeler bazen dolaptan seçilirken, bazen de tepsiler üzerinde sunulmuştur. Şehir meyhanelerinde dolaptan meze seçimi yaygınken, semt meyhanelerinde daha az kapasite olduğu için mezeler, masa başına getirilen tepsilerle sunulmuştur (Erdoğanlı, 2023). Ayrıca, rakı içme ritüelleri de meyhane kültürünün ayrılmaz bir parçasıdır. Rakı soğutulurken kullanılan karafaki, buzdolabında bekletilen rakı ve suyun sırasıyla konulması, bu ritüel uygulamalardan biridir (Kesmez ve Aydın, 2014). Geleneksel meyhane ritüelleri, içki içme ve meze tüketme alışkanlıkları ile şekillenmiş ve zamanla kendine özgü bir kültür oluşturmuştur. Bu kültür, yalnızca yiyeceklerin değil, aynı zamanda içkiyi tüketme biçiminin de belirli bir düzen içinde gerçekleşmesini sağlamaktadır (Acurol ve Acurol, 2010).

2.4.2. Modern meze kültürü

Modern mutfak anlayışı, globalleşen dünyada yemek kültürlerinin birbirine daha yakın hale gelmesini sağlamış ve meze anlayışına yeni bir boyut kazandırmıştır. Modern mezeler, geleneksel tariflerin modern pişirme teknikleri ve yenilikçi sunumlarla harmanlanmasından oluşur. Bu tür mezelerde estetik, görsellik ve farklı malzeme kullanımı önemli bir yer tutar (Mert, 2020). Ayrıca, sağlıklı yaşam trendleri ve veganizm gibi akımların etkisiyle, geleneksel malzemelerin yerine alternatifler kullanılmaya başlanmıştır. Vegan mezeler, glütensiz seçenekler ve daha hafif tarifler, modern mutfak kültürünün bir parçası haline gelmiştir. Özellikle büyük şehirlerde, restoranlar ve kafeler, modern meze anlayışına uygun yaratıcı tariflerle meze sunumları yapmaktadır (Duman, 2021). Modern meze anlayışının bir başka önemli özelliği, sosyal medyanın etkisiyle görsel sunumun daha fazla ön planda olmasıdır.

Yaratıcı sunumlar ve estetik açıdan tatmin edici görseller, modern mutfaklarda sıklıkla tercih edilen öğelerdir (Karabağ, 2019). Ayrıca, global mutfakların etkisiyle, geleneksel mezelerdeki malzemeler yerine farklı kültürlerden gelen malzemeler ve pişirme teknikleri kullanılmaktadır. Örneğin, sushi tarzı mezeler veya Meksika mutfağından ilham alınarak yapılan avokado tabanlı mezeler günümüzde popüler hale gelmiştir.

2.5. Mezelerin Menüdeki Yeri ve Tüketim Kültürü

Mezeler, başlangıç yemekleri olarak servis edilen, genellikle hafif ve tazeleyici tatlara sahip küçük porsiyonlardır. İlk bakışta içkilerle birlikte tüketilen eşlikçiler gibi görünse de; salatalar, zeytinyağlılar, şarküteri ürünleri, deniz ürünleri, turşular ve kuruyemişler gibi pek çok farklı yiyecek meze olarak sunulabilmektedir. Bu çeşitlilik yöresel malzemelere bağlı olarak geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Örneğin, ilk olarak 1844 yılında yayımlanan Mehmet Kamil'in *Melceü't-Tabbâhîn* adlı eseri, 2015 yılında yapılan modern basımında 46 adet meze tarifine yer vermektedir. Gürsoy'un (2002) yılında yazdığı kitabında 304 adet meze tarifi yer almaktadır. Gürsoy'un (2011) çalışmasında yalnızca yöresel meze, salata ve turşuları kapsayan 98 tarif bulunmaktadır.

Mezeler, doyuruculuktan ziyade iştah açıcı nitelikleriyle öne çıktığından, genellikle menülerin başlangıç kısmında yer alır. Menülerde uygulanan servis sıralaması; yemeğin türüne, zamanına ve ağırlığına göre düzenlenerek mutfak planlamasını da etkiler (Denizer, 2005; Sökmen, 2006; Everett, 2012). Bu sıralama, özellikle rakı gibi içkilerin yanında tüketilen yiyecekler açısından da geçerlidir. Şimşek'in (2021) çalışmasında, rakı sofralarında meze tüketiminin ilk sırada yer aldığı, ardından genellikle ızgara gibi hafif ana yemeklerin tercih edildiği ve sonrasında çorba, çay veya Türk kahvesi ile sofranın sonlandırıldığı tespit edilmiştir. Aynı çalışmada, yoğurtlu mezeler, peynir çeşitleri ve kavun gibi ürünlerin en çok tercih edilen eşlikçiler olduğu vurgulanmıştır.

Türkiye'de bira, şarap ve rakı en çok tüketilen içkiler arasında yer almakta olup, bu tercihlerin bireylerin cinsiyet, eğitim ve gelir durumlarına göre değişiklik gösterebildiği belirtilmektedir (Aydın, 2011; Buzrul, 2016; TGDF, 2022).

Restoran menülerinin kültürel içeriğini inceleyen çalışmalarda, içerik analizi yöntemiyle menülerin yöresel mutfaklarla ilişkisi araştırılmıştır. Yurday ve Kınır

(2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, 30 restoranın menüsü değerlendirilmiş ve menülerde yer alan yiyeceklerin ait olduğu kültürler tespit edilerek, Türk yemek kültürünün yansıtılıp yansıtılmadığı analiz edilmiştir. Sonuç olarak, Roma ve Paris'teki restoranlara kıyasla Türkiye'deki restoranların bu kültürü daha az yansıttığı belirlenmiştir.

Benzer şekilde, Özel, Yıldız ve Akbaba'nın (2017) Kilis ilinde yürüttüğü araştırmada, 11 restoranın menüleri yarı yapılandırılmış görüşmelerle toplanmış ve içerik analiziyle değerlendirilmiştir. Bulgular, restoranlarda Kilis yöresine ait sınırlı sayıda yerel ürüne rastlandığını göstermiştir. Şırnak ilinde Çelik, Ersoy ve Besen (2020) tarafından yapılan bir diğer çalışmada ise, 18 restoranın menüsü analiz edilerek yöresel yemeklerin menülerde yer alma durumu değerlendirilmiş ve bu restoranlarda yöresel lezzetlerin neredeyse hiç bulunmadığı sonucuna varılmıştır.

Ayrıca, bu alanda yapılan diğer çalışmalar da restoran menülerinde yerel yemeklerin temsil edilme düzeyini ortaya koymaktadır. Örneğin, Erdem, Mızrak ve Kemer'in (2018) Mengen'de; Mıl ve Denk'in (2015) Erzurum Palandöken'de; Hatipoğlu, Zengin, Batman ve Şengül'ün (2013) Kapadokya Gelveri'de gerçekleştirdiği araştırmalar bu konuya dair önemli örneklerdir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YEMEK SUNUM TEKNİKLERİ

Yemek sunumu, yalnızca bir yemeğin servis edilme biçimi değil, aynı zamanda tüketiciye iletilen duygusal ve estetik bir mesajdır. Sunum, bireyin yemeği tercih etme ve tüketme sürecini doğrudan etkileyen önemli bir unsurdur. Çoğu zaman fiziksel doygunluk başlamadan önce, görsel bir doyum sağlanır. Bu durum, tat alma eyleminden önce yemeğe görsel olarak maruz kalmanın, yeme deneyiminin ilk ve en etkili aşaması olduğunu göstermektedir.

Yemeğin rengi, şekli, düzenlemesi ve tabağın kompozisyonu gibi unsurlar, tüketicinin yemeğe dair algısını şekillendirmekte; iştah üzerinde doğrudan etkili olmaktadır. Görsel sunumun yanı sıra, yemeklerin beş duyu organıyla kurduğu etkileşim de deneyimin bütüncül olarak değerlendirilmesini sağlar.

Bu bölümde, yemek sunumuna ilişkin teknikler kavramsal bir çerçevede ele alınmakta; estetik sunumun duysal algılar üzerindeki etkileri analiz edilmektedir. Renk uyumu, doku dengesi, tabak düzenlemesi, porsiyon kontrolü ve odak noktası yaratma gibi temel prensipler doğrultusunda geliştirilen sunum yöntemleri, yemeğin sadece lezzet değil, aynı zamanda bir sanat unsuru olarak da değerlendirilmesine imkân tanımaktadır.

3.1. Yemek Sunumu Kavramı

Günümüzde yaşam standartlarının yükselmesiyle birlikte iyi bir yemek deneyimi yalnızca lezzet unsuru ile sınırlı kalmamakta, aynı zamanda görselliği de kapsamaktadır. Nitekim bireyler hem lezzetli hem de görsel açıdan iştah açıcı yemeklere yönelme eğilimindedir (Michel, Velasco, Gatti, ve Spence, 2014). Bu doğrultuda şefler, yemeklerin estetik çekiciliğini artırmak amacıyla malzemeleri yaratıcılıkları doğrultusunda işleyip düzenleyerek çeşitli sunum teknikleri kullanmaktadır.

Ev ortamında yemek hazırlayan bireyler genellikle lezzet odaklı yaklaşmakta, yemek sunumu ise çoğunlukla arka planda kalmaktadır. Bunun başlıca nedeni, etkileyici bir sunumun belirli bir çaba ve zaman gerektirmesidir. Yaratıcı ve dikkat çekici bir sunum oluşturmak; uygun tarifi seçilmesini, malzemelerin farklı şekil ve boyutlarda hazırlanmasını, bu unsurların tabakta dengeli bir biçimde düzenlenmesini

ve süsleme tekniklerinin uygulanmasını gerektirir. Bu süreç çoğunlukla çeşitli deneme-yanılmalarla gelişir ve tatmin edici bir sonuç elde edilene kadar devam eder (Zheng, Kuo, Lo, Chang, ve Wang, 2021).

Yemek sunumu, yiyeceklerin görsel olarak cazip hale getirilmesi sürecidir ve bireylerin yemeğe dair tutum ve tercihlerini önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Etkili bir sunumda, farklı renk, yapı, doku, biçim ve yerleşim unsurlarının uyum içerisinde kullanılması gerekmektedir (Styler, 2006). Bu çerçevede yemek sunumu; yemeği işleme, düzenleme ve süsleme yoluyla estetik bir değer kazandırma sanatıdır. Tabakta yapılan düzenlemeler, bireyin ilgisini çekerken, görsel duyuyu harekete geçirerek yemeğe karşı olumlu bir ilk izlenim oluşturur.

İyi tasarlanmış bir yemek sunumu, yemek deneyimini yalnızca tat alma boyutunda değil, görsel ve duygusal düzeyde de zenginleştirir. Özellikle ticari anlamda değerlendirildiğinde, görsel olarak etkileyici tabaklar sosyal medyada paylaşılma potansiyeli taşıyarak işletmeler için gönüllü tanıtım aracı haline gelebilir (Kloek, Somon, ve de Vries, 2017).

Yemeklerin sunumu, yalnızca estetik bir unsur değil; aynı zamanda yemeğin lezzetine ve kalitesine yönelik bilişsel algıların şekillenmesinde de belirleyicidir. Özensiz hazırlanmış tabaklar, daha tadına bakılmadan yemeğin kalitesiz, hijyenik olmayan ve lezzetsiz olduğu yönünde olumsuz bir izlenim yaratabilir (Lee ve Lim, 2020). Buna karşılık özenle sunulmuş tabaklar, yüksek kalite ve hijyen algısı oluşturarak tüketicilerin beklentilerini olumlu yönde etkileyebilir (Namkung ve Jang, 2008).

Başarılı bir yemek sunumu, yemek yeme deneyimini sıradan bir karın doyurma eyleminin ötesine taşıyarak çok boyutlu bir haz ve memnuniyet sürecine dönüştürebilir. Aynı zamanda, şefin sanatsal yetkinliğini yansıtan ve yemeğe bireysel kimliğini kazandıran bir anlatım biçimidir. Tabağın estetik düzenlenmesi, yalnızca yemeği sunmak değil, aynı zamanda yemeğe duyulan saygıyı ifade etmenin de bir yoludur.

Yemek sunumu, bireyin görme, koklama, dokunma, işitme ve tat alma gibi beş duyusunu harekete geçirerek yemeği deneyimsel bir sürece dönüştürür. Önce görsel bir izlenim edinilir, ardından koku alınır, sıcaklık veya soğukluk hissedilir ve nihayetinde tat alma gerçekleşir (Lee ve Lim, 2020). Bu çok boyutlu deneyim, yemeği

sadece fizyolojik bir ihtiyaç değil, aynı zamanda estetik bir haz unsuru haline getirir.

Yemek sunumu yalnızca tabakta yer alan görselliği değil; menü planlamasından başlayarak, pişirme yöntemine, porsiyon kontrolüne, renk uyumuna ve garnitür kullanımına kadar pek çok unsuru kapsayan bütünsel bir süreci ifade eder. Şefin, hedef kitlenin damak zevkine uygun bir menü oluşturmaları, sunumun başarısı için ilk adımdır. Ancak bu süreç, yalnızca mutfak içi uygulamalarla sınırlı kalmamakta; restoran atmosferi, hijyen koşulları, koku düzeni ve servis personelinin iletişim becerileri gibi faktörleri de kapsamaktadır. Bu unsurların bir araya gelmesiyle yemek sunumu bir bütünlük kazanmakta ve gastronomik deneyimin temel yapı taşlarından biri haline gelmektedir.

3.1.1. Tabak sunumu

Yemek sunumunun ilk adımı, sunulacak yemek için doğru tabağın seçilmesidir. Etkili bir sunum oluşturabilmek adına ideal tabağın belirlenmesi sürecinde dikkate alınması gereken çeşitli unsurlar bulunmaktadır (Baysal ve Küçükarslan, 2003).

Tabak boyutu: Tabağın boyutu, sunulacak yemeğin ön plana çıkmasını sağlayacak şekilde seçilmelidir. Tabağın çok büyük olması, porsiyonların küçük ve yetersiz görünmesine yol açabilirken; çok küçük bir tabak da yemeğin taşkın, düzensiz ve dağınık bir şekilde algılanmasına neden olabilir. Bu nedenle tabak, porsiyonla orantılı olacak şekilde tercih edilmelidir (Gürer, 2004).

Tabak şekli: Tabağın şekli, yemeğin türüne ve içeriğine uygun olmalıdır. Dikdörtgen ya da uzun tabaklar, çok sayıda küçük garnitür veya bileşen içeren sunumlar için uygun bir zemin sunarken; kare tabaklar estetik dengenin sağlanmasının en zor olduğu formlar arasında yer alır. Yuvarlak tabaklar ise denge açısından daha kolay kontrol edilebilir ve bu nedenle en yaygın tercih edilen tabak şekillerindendir (Odabası, 2002).

Tabak rengi: Tabağın rengi, hem yemeğin görsel etkisini artırmada hem de iştah üzerinde yaratacağı psikolojik etkide önemli bir rol oynamaktadır. Açık renkli tabaklar, özellikle parlak ve canlı renklere sahip yiyecekleri ön plana çıkaran nötr bir zemin sunduğundan sıklıkla tercih edilmektedir. Beyaz tabaklar, bu açıdan en yaygın kullanılan seçeneklerdir. Öte yandan, koyu renkli tabaklar; tavuk, balık ve benzeri açık tonlardaki yiyeceklerle kontrast oluşturarak etkili bir sunum sağlayabilir (Uçuk, 2017).

Renklerin psikolojik etkisi: Tabak renginin, tüketicinin iştahı üzerinde psikolojik etkiler yarattığı bilinmektedir. Örneğin, kırmızı renkli tabaklar iştahı artırıcı etkisiyle öne çıkmakta ve meze ya da tatlı gibi iştah açıcıların tüketimini teşvik edebilmektedir. Buna karşın, doğal olarak mavi renge sahip yiyeceklerin sayısı oldukça sınırlı olduğundan, mavi tabakların iştahı bastırıcı bir etki yarattığı ifade edilmektedir (Dikici, 2001).

3.1.2. Yemek düzenleme tekniği

Yemeğin tabakta nasıl düzenlendiği, yalnızca estetik görünümü değil, aynı zamanda yapısal bütünlüğü ve lezzet algısını da doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle tabak yerleşimi ve sunum tasarımı yapılırken bazı temel ilkelere dikkat edilmesi gerekmektedir (Lauer ve Pentak, 1995).

Üçler kuralı: Bu kural, yemeğin tabaktaki konumlandırmasını esas alır. Yemeğin tabağın tam ortasında değil, sağ ya da sol tarafa yerleştirilmesi önerilir. Böylece yemeğin, tabağın üçte birlik bir bölümüne konumlandırılması sağlanırken, kalan üçte ikilik bölüm boş bırakılarak görsel denge oluşturulur. Bu uygulama, tabağın sadeliğini korurken dikkat odağını da yemeğe yönlendirir (Uçuk, 2017).

Tabağın saat kadranı gibi görülmesi: Tabak düzenlemesinde kullanılan bir diğer yöntem ise tabağın saat kadranı gibi değerlendirilmesidir. Bu yaklaşıma göre, protein içeren ana ürünler saat 3 ile saat 9 arasına, nişasta veya karbonhidrat grubu yiyecekler saat 9 ile 12 arasına, sebze grubu ise saat 12 ile 3 arasına yerleştirilmelidir. Bu dağılım hem dengeli bir görünüm sağlar hem de yemeğin farklı bileşenlerini görsel olarak ön plana çıkarır (Uçuk, 2017).

Tabağın aşırı doldurulmaması: Etkili bir sunum için tabağın aşırı doldurulmaması büyük önem taşır. Tasarımda sadelik ilkesi benimsenmeli; tabakta yalnızca öne çıkarılmak istenen ana bileşene odaklanılmalıdır. Saat düzenlemesine uygun olarak yerleştirilmiş bileşenler arasında boşluk bırakılması, yemeğin hem estetik hem de iştah açıcı bir şekilde sunulmasına katkı sağlar. Sunumun merkezinde mutlaka ana öğe yer almalı ve diğer bileşenler bu merkeze hizmet edecek şekilde destekleyici nitelikte olmalıdır (Guidelines, 2003).

3.1.3. Görsel sunum teknikleri

Yemek sunumunda görsel etkiyi en üst düzeye çıkarmak için tabağın

düzenlenmesi sürecinde dikkat edilmesi gereken çeşitli unsurlar bulunmaktadır. Bu süreçte, özellikle ana öğenin ön plana çıkarılması önemlidir. Ana bileşen öne çıkarılırken, tabaktaki diğer öğelerin rengi, sayısı ve boyutu gibi unsurlar üzerinde yapılan düzenlemeler, odak noktasının güçlendirilmesine ve sunumun zenginleşmesine katkı sağlar (Bevlin, 1994).

Alışılmışın dışında sayıda ürün kullanımı: Küçük porsiyonlu ve tek lokmada tüketilebilecek ürünlerin sunumunda, geleneksel sayıların dışına çıkmak görsel çekiciliği artırabilir. Örneğin, 10 adet yerine 9 ya da 11 adet karides sunmak, tabakta simetri dışı bir denge oluşturarak görsel ilgi yaratmaktadır (Lauer ve Pentak, 1995).

Renk çeşitliliği: Tabağın dikkat çekiciliğini artırmak amacıyla farklı renklerdeki yiyeceklerin bir arada kullanılması önerilmektedir. Renk kontrastı, yemeğin lezzet beklentisini güçlendirirken, aynı zamanda ana öğenin daha belirgin ve iştah açıcı görünmesine yardımcı olur. Özellikle yeşil sebzeler ve canlı renkli meyveler, tabağın genel estetiğini destekleyici bir rol üstlenmektedir (Uçuk, 2017).

Tabağa yükseklik kazandırma: Yemeğin sunumunda yalnızca yatay yerleşim değil, dikey düzenleme de dikkate alınmalıdır. Malzemelerin tabağa yayılmasındansa katmanlar oluşturarak yükseklik kazandırmak, görsel derinlik yaratmakta ve yemeği tüketen bireyler için keşif hissi uyandıran estetik bir deneyim sunmaktadır (Bingöl ve Özkaya, 2020).

3.1.4. Sosların sunumu

Ana bileşenler tabakta yerlerini aldıktan sonra, yemek sunumunu ve lezzet algısını zenginleştirmek amacıyla çeşitli sos uygulamaları tercih edilmektedir. Sos uygulamaları hem estetik hem de işlevsel açıdan yemeğin bütünlüğünü desteklemekte olup, sunumun tamamlayıcı bir unsuru olarak değerlendirilmektedir. Sos uygulamasının ardından tabağın kenarlarının temizlenmesi, hijyenik ve profesyonel bir sunum açısından büyük önem taşımaktadır (Bigalı, 1976).

Bulaşmış sos (smear tekniği): Bu teknik, sosun bir sıkma şişesi yardımıyla tabağa uygulanması ve ardından bir kaşık veya spatula benzeri bir araçla ortasından çekilerek tabakta iz bırakılması esasına dayanmaktadır. Yemeğin altına zemin oluşturarak hem görsel hem de tat açısından bir katman oluşturmayı amaçlamaktadır (Gürer, 2004).

Vurgu noktaları: Üçler Kural'ına uygun biçimde düzenlenen tabaklarda, görsel kontrastı artırmak ve kompozisyonu zenginleştirmek amacıyla tabakta küçük, renkli sos dokunuşlarıyla vurgu noktaları oluşturulmaktadır. Bu uygulama, yemeğin belirli bölgelerine dikkat çekerek estetik algıyı güçlendirmektedir (Uçuk, 2017).

Bulaşmış vurgu noktaları: Farklı renklerdeki iki ya da daha fazla sosun, smear tekniğiyle benzer şekilde uygulanarak tabağın kenarında çok renkli bir görsel efekt oluşturması amaçlanmaktadır. Bu yöntem, özellikle modern sunumlarda sıklıkla tercih edilmekte ve yemeğe dinamik bir görünüm kazandırmaktadır (Uçuk, 2017).

Girdap sos (spiral sos tekniği): Sosun helezon şeklinde uygulanmasını sağlayan bu teknikte, tabak döner tabla üzerine yerleştirilir. Tabak döndürülürken aynı anda sos sıkılarak spiral bir desen elde edilir. Görselliği artırmak amacıyla bu uygulamada birden fazla sosun birlikte kullanılması da mümkündür (Bingöl ve Özkaya, 2020).

3.1.5. Süsleme teknikleri

Yemek sunumunu zenginleştirebilmek ve estetik açıdan uyumlu bir görünüm elde edebilmek amacıyla, ana yemeğe uyumlu yenilebilir garnitürler kullanılmaktadır. Garnitürlerin seçimi, yemekle olan uyumuna göre dikkatlice yapılmalı, görsel çekiciliği artıran ancak yemeğin tadını gölgede bırakmayan nitelikte olmalıdır (Bingöl ve Özkaya, 2020).

Yenilebilir garnitürler: Yemeğin estetik ve lezzet dengesini güçlendirmek için, tabağın ana bileşenleri yerleştirildikten sonra yenilebilir garnitürler eklenmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken en önemli nokta, garnitürlerin yemeğin tat ve görselliği ile uyumlu olmasıdır. Çiğ otlar, narenciye parçaları gibi güçlü aromalar içeren garnitürlerin kullanımı, yemeğin orijinal tadını bozmamalı ve yemekle olan uyumunu gözetmelidir. Ayrıca, iştah açıcı olmayan, fazla baskın garnitürlerden kaçınılmalıdır (Bingöl ve Özkaya, 2020).

Yerleştirme noktaları: Garnitürler, tabağın bir köşesine ya da tabak boyunca düzensiz bir şekilde yığılmak yerine, renk ve doku oluşturacak şekilde özenle ve kasıtlı olarak yerleştirilmelidir. Bu yerleştirme, tabağın estetik bütünlüğünü bozmayacak şekilde minimal ve zarif olmalıdır (Gürer, 2004). Tabağın gereksiz şekilde aşırı doldurulmasından kaçınılmalı, garnitürlerin yerleştirilmesi sırasında az ama öz bir

yaklaşım benimsenmelidir. Eğer tabakta ek garnitürler için yer kalmamışsa, fazla garnitür eklemek yerine tabağın zenginliğini arttırmak amacıyla aromalı sirke veya yağlar gibi ilave unsurlar kullanılabilir (Bigalı, 1976).

3.2. Lezzet Algısı ve Sunum İlişkisi

Nörolog Gordon M. Shepherd (2006), lezzet algısının insan davranışları arasındaki en karmaşık süreçlerden biri olduğunu belirtmiştir. İnsan beyni; hafıza, duygu ve dil sistemleri gibi birçok bilişsel alanla bağlantılıdır. Bu nedenle, nöral mekanizmalar bireylerin yiyecek tercihlerini şekillendirmekte ve sağlıklı beslenme üzerine öneriler geliştirmelerine katkı sağlamaktadır (Shepherd, 2006). Shepherd (2006), insan beynindeki lezzet sistemini araştırırken; koklama, görme, tat alma, dokunma ve işitme duyularının nasıl etkileşimde bulunduğunu analiz etmiştir. Bu beş duyunun tamamı, bireylerin yemek yeme algılarını doğrudan etkileyebilmektedir. Psikolojik olarak “uyaran” olarak tanımlanan duyuşal deneyimlere verilen tepkiler, yemek ile duyular arasındaki olumlu ya da olumsuz ilişkileri açıklamaktadır (Boyacı, 2019). Koklama, görme, tat alma, dokunma ve işitme duyularıyla elde edilen bilgi ve tecrübeler ise “duyuşal deneyim” kavramını oluşturmaktadır. Bu deneyimler, bireylerin yemeklere dair düşünce ve yaklaşımlarında değişiklik meydana getirebilmektedir (Cankül ve Uslu, 2020).

3.2.1. Tat ve lezzet ilişkisi

Türk Dil Kurumu Sözlüğü’ne göre “tat”; canlıların besinlerde bulunan uçucu olmayan bileşikler, dil, damak ve boğaz yüzeyinde yer alan mukoza noktaları aracılığıyla algılamasıyla oluşan bir duyum olarak tanımlanırken, “lezzet” ise ağız yoluyla alınan tat anlamına gelmektedir (Türk Dil Kurumu Sözlüğü). Günlük dilde birbirinin yerine kullanılsa da tat ve lezzet kavramları, aslında farklı duyuşal deneyimlere işaret etmektedir. Tat kavramı denildiğinde genellikle akla gelen temel bileşenler; tatlı, ekşi, acı ve tuzludur. Bunun yanı sıra, Japon bilim insanı Kikunae Ikeda tarafından 1908 yılında keşfedilen ve “lezzetli tat” anlamına gelen umami de yaygın olarak kabul edilen beşinci tat bileşeni olarak literatürde yer almaktadır. Bazı araştırmalar, metalik, yağ asidi, kokumi gibi on beşe yakın ek tat bileşeni olabileceğini öne sürse de günümüzde genel kabul gören temel tatlar beş başlık altında toplanmaktadır. Tat ve lezzet kavramları arasında yapılan en yaygın hata, meyvemsi, yanık, otlu ya da narenciyeli gibi aromatik niteliklerin doğrudan tatla

ilişkilendirilmesidir. Oysa bu tür tanımlamalar, aslında bir besinin lezzetine dair niteliklerdir. Tat ve lezzet arasındaki farkı anlamının en kolay yolu, burun tıkalıyken bir ürünü tatmaktır. Burun kapalıyken algılanan sadece tat bileşenleridir; oysa lezzet, koku ve tat duyularının birlikte çalışması sonucunda ortaya çıkan çok boyutlu bir deneyimdir (Spence, 2017).

3.2.2. Tat tomurcukları

Tat tomurcukları, dilin yüzeyinde yer alan ve yiyecek ya da içeceklerin uyarısıyla aktive olan yapılar olup, duyu hücreleri aracılığıyla beyne tat iletimini sağlar. Tadı oluşturan kimyasal bileşenler, tat tomurcukları vasıtasıyla algılanır ve bu süreç genellikle tükürük içerisinde çözünerek gerçekleşir (Shepherd, 2012).

3.2.3. Görme ve lezzet ilişkisi

Görme süreci, gözde başlayan ve beynin görme korteksine kadar uzanan bir dizi sinirsel olayla tanımlanır. Işığın retina tabakasına ulaşmasıyla birlikte fotoreseptör adı verilen özel hücreler uyarılır ve bu sayede bireyler çevrelerini görsel olarak algılayabilir (Altıntaş, 2013'den akt. Uçuk, 2022).

Yiyeceği görmemizle birlikte o besine dair geçmiş deneyimlerimiz ve anılarımız zihnimizde canlanır. Bu süreçte beynin dopamin salgılamasıyla birlikte ağız sulanması gibi fizyolojik tepkiler ortaya çıkabilir. Halk arasında sıkça kullanılan “gözlerimizle yemek” ifadesi, bu görsel algının yemeğe yönelik beklentilerimizi nasıl şekillendirdiğini açıkça ortaya koyar. Yemeğin görsel sunumu, en az tat ve aroma kadar önemli bir duysal öge olduğu bilinmektedir. (Uçuk, 2022). Antik Roma’da yaşamış ünlü gurme Apicius’un da dile getirdiği “ilk tadım gözle başlar” anlayışı, görme duyusunun lezzet algısındaki rolünü vurgular (Cankül ve Uslu, 2021). Çopur ve İçli (2008), bir nesneye ilk bakışta özellikle ilk dokuz saniye içinde renk bileşenlerinin algılandığını ve insanların çevrelerindeki nesnelerin yaklaşık %78’ini görerek tanımladıklarını belirtmiştir. TDK’ya göre ise “renk”, cisimlerden yansıyan ışığın gözde oluşturduğu izlenim olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2025). Michel, Velasco ve Spence (2014) tarafından Vasili Kandinsky’nin eserlerinden esinlenerek yapılan bir çalışmada, tabakta yer alan gıdaların renk ve denge uyumlarının, bireylerin yedikleri yiyeceğe dair algılarını etkilediği ortaya konmuştur (Uçuk, 2022).

3.2.4. Koku ve lezzet ilişkisi

Koku alma duyusu, ağız ve burunda yer alan kemoreseptörlerin hava yoluyla taşınan molekülleri algılaması ve bu bilgiyi beyne ilemesiyle oluşan bir duyumdur. Bu süreçte, özellikle burundaki koku alma korteksi önemli bir rol üstlenir. Solunum yoluyla alınan havadaki koku moleküllerinin algılanması, koku alma duyusunun temel mekanizmasını oluşturur (Cankül ve Uslu, 2020).

TDK sözlüğünde ise kokuyu, “nesnelerden yayılan küçük zerreciklerin burun zarı üzerindeki özel sinirlerde oluşturduğu duygu” olarak tanımlamaktadır.

Genel kanının aksine, koku alma duyusu görme ya da işitme kadar belirleyici bir rol oynamaz. Özellikle lezzet algısında kokunun etkisi büyüktür. Araştırmalar, lezzet deneyiminin %80–90’ının koku ile ilişkili olduğunu ileri sürmektedir. Tat ve koku duyuları zaman zaman birbirinden ayrı gibi algılsa da koku algısının yokluğunda tat duyusunun da zayıfladığı ya da tamamen kaybolduğu bilinmektedir (Boyacı, 2019).

3.2.5. İşitme ve lezzet ilişkisi

Lezzet algısını etkileyen duyulardan biri de işitme duyusudur. Sesler ve müzikler, koku gibi, tat alma deneyimini önemli ölçüde etkileyebilir. İşitme, kulakta bulunan mekanoreseptörler aracılığıyla gerçekleşir; bu reseptörler tarafından alınan uyarılar beyin işitme korteksine iletilerek sesin algılanması sağlanır. Özellikle bir yiyeceğin tüketilmesi sırasında çıkan sesler, yiyeceğin yapısı hakkında bilgi verebilir. Yiyeceğin sert ya da yumuşak olması, çıtırlığı veya pürüzlülüğü, hatta olgunluk derecesi gibi özellikler bu sesler sayesinde anlaşılabilir. Örneğin, bir elma ısırıldığında çıkan net ses hem yiyeceğin tazeliğini yansıtır hem de çene kemiklerinde hissedilen titreşimler aracılığıyla işitme duyusuyla lezzet algısı arasında bağlantı kurulur. Yiyecekten gelen sesin netliği ve şiddeti, tüketicinin bu yiyecekten daha fazla keyif aldığını düşünmesine yol açabilir. Bu tür sesler, tat alma sürecini destekleyerek yeme deneyimini zenginleştirmektedir (Uçuk, 2022).

Yemeğin sunum aşamasında ortamda bulunan sesler, servis personelinin çıkardığı sesler ya da yemeğin kendisinden gelen sesler, bireylerin yemeğe yönelik beğenilerini etkileyebilmektedir. Spence (2012) tarafından yapılan çalışmada, müzik eşliğinde servis edilen yemeklerin, sessiz ortama kıyasla daha çok beğenildiği öne sürülmüştür (Uçuk, 2022).

İşitme ve lezzet ilişkisini inceleyen dikkat çekici araştırmalardan biri, Oxford Üniversitesi iş birliğiyle İngiltere Yemek Müzesi'nde gerçekleştirilmiştir. “Chocophonica” adlı bu sosyal deneyde, müze içerisinde yerleştirilen dört ayrı kulübeye çikolatalar ve kulaklıklar konulmuştur. Katılımcılardan kulaklıkları takarak yönergeleri takip etmeleri istenmiş, ardından tadı aynı olan çikolataları tatmaları sağlanmıştır. Deney sonunda doldurulan anketlerde, yönergeleri seslendiren kişinin ses tonu çikolata algısını etkilemiştir. Kalın tonda ses dinleyen katılımcılar çikolatayı “bitter” olarak tanımlarken, ince ve yumuşak tonda ses dinleyenler çikolatayı “sütlü” olarak nitelendirmiştir. Bu deney, ses tonu ile yiyecek algısı arasında güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir (Özata Şahin, 2020).

3.2.6. Dokunma ve lezzet ilişkisi

Dokunma duyusu, genel olarak iki farklı şekilde ortaya çıkar: elle temas yoluyla ve ağız içindeki temasla. Dokunma eylemi, bireyin nesnelerle doğrudan temas kurmasını temsil eder. Eller aracılığıyla gerçekleştirilen dokunma; sıcaklık, soğukluk, sertlik, yumuşaklık gibi fiziksel özelliklerin algılanmasına olanak tanırken; ağız yoluyla gerçekleşen dokunma ise koku ve tat algısını etkileyerek lezzet deneyimini derinleştirir. Ağız, yalnızca besinlerin tüketildiği bir organ değil; aynı zamanda gıdaların yenilebilirliğini değerlendiren, içerisindeki yabancı cisimleri ayırt eden ve bozulmuşluk gibi olumsuz özellikleri fark etmeye yarayan önemli bir algılayıcıdır. Aynı zamanda tuzluluk, acılık, ekşilik gibi tat unsurlarının hissedilmesini sağlayan kritik bir işlev üstlenir (Cankül ve Uslu, 2020; Boyacı, 2019).

Ağız, dil ve dudaklarda bulunan duyuşal reseptörler sayesinde, tüketilen yiyecek ve içeceklerdeki pek çok kimyasal ve fiziksel özellik algılanabilir. Bu durum, “ağız hissi” ya da “ağız duyusu” olarak adlandırılan bir deneyimle sonuçlanır. Ağız hissi; yiyeceklerin ağızda bıraktığı dokunsal izlenimleri, dokusunu ve fiziksel temasını kapsayan çok boyutlu bir algıdır. Bu hissiyat; pürüzsüz, kremi, viskoz, gevrek, esnek, sert, yumuşak, kaygan, buruk, sıcak, soğuk, ılık, yakıcı, tahriş edici, yapışkan, kuru, dağılan gibi pek çok tanımla ifade edilebilir (Shepherd, 2011). Lezzetle ilgili olarak ağızda oluşan ilk izlenimlerden biri büzülme, diğeri ise kaplama hissidir. Büzülme hissi genellikle asidik veya tuz içeren gıdaların ağızdaki hücrelerin yapısında daralma oluşturmalarıyla meydana gelir (Klosse, 2014).

Yiyeceklerin nasıl sunulduğu da tüketici üzerinde algısal farklılıklar yaratabilir.

Örneğin, pürüzlü yapıya sahip kaşıklarla tüketilen yiyeceklerin, dışarıdan tuz eklenmemiş olmasına rağmen daha tuzlu algılandığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde, dikdörtgen tabaklar yerine yuvarlak ve renkli tabaklarda sunulan tatlıların daha tatlı olduğu düşünülmektedir. Oxford Üniversitesi Crossmodal Araştırma Laboratuvarı'nda Charles Spence tarafından yürütülen bir çalışmada; servis takımlarının rengi ve ağırlığı gibi faktörlerin lezzet algısına etkisi araştırılmıştır. Çalışma sonucunda, beyaz tabaklarda sunulan yiyeceklerin daha tatlı olarak algılandığı ve ağır çatal-bıçak takımı ile tüketilen yemeklerin, hafif servis takımıyla tüketilenlerden daha lezzetli bulunduğu ortaya konmuştur (Özata Şahin, 2020).



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

METERYAL VE METOT

4.1. Yöntem

Bu araştırmada, geleneksel mezelerin modern sunumlarında tüketici beğenisinin belirlenmesini incelemek amacıyla nicel bir araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın yöntem kısmında, öncelikle araştırmanın önemi, konusu ve amacı bulunmaktadır. Ayrıca örneklem seçimi, veri toplama araçları ve analiz yöntemleri detaylandırılmıştır. Bu bölümde, araştırmanın uygulanış süreci, kullanılan yöntemlerin seçimi ve uygulama detayları açıklanmaktadır.

4.2. Tezin Önemi

Türk mutfağı, derin tarihi ve zengin kültürel mirasıyla dünya gastronomisi içerisinde önemli bir konuma sahiptir. Bu mirasın en önemli unsurlarından biri olan geleneksel mezeler, geçmişten günümüze toplumsal bağların güçlenmesinde ve ortak yemek kültürünün sürdürülmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Ancak günümüzde, küreselleşmenin etkisiyle değişen tüketici talepleri ve beslenme alışkanlıkları, geleneksel yemeklerin modernize edilmesini ve yeni gastronomik yaklaşımlarla yeniden yorumlanmasını gündeme getirmektedir. Bu bağlamda, geleneksel mezelerin modernleştirilmesi süreci, yalnızca Türk mutfağının çağdaşlaşması açısından değil, aynı zamanda gastronomi sektöründe yenilikçi adımlar atılması ve farklı tüketici kitlelerine hitap edilebilmesi açısından da büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışmanın önemi, geleneksel mezelerin modern gastronomi teknikleriyle nasıl yeniden yorumlandığını ve bu dönüşümün tüketici algısı üzerindeki etkilerini detaylı bir şekilde analiz etmeye dayanmasıdır. Özellikle, tüketici tercihleri ve beğenileri üzerine yapılacak bu tür araştırmalar, restoran işletmecileri ve gıda sektörü profesyonelleri için modernizasyon stratejilerinin belirlenmesinde önemli bir yol haritası sunacaktır. Ayrıca, geleneksel mezelerin restoran menülerindeki yerinin belirlenmesine yönelik ülkemizde yapılan araştırmaların eksikliği göz önüne alındığında, bu çalışma, standart reçetelerin oluşturulmasından menü planlamasına, satın alma süreçlerinden personel eğitimine kadar geniş bir yelpazede sektörel fayda sağlayabilir.

Buna ek olarak, mezelerin modernleştirilmesi sürecinin, Türk mutfağının

uluslararası alanda tanıtımı ve gastronomi turizmi açısından da potansiyel katkılar sunabileceği öngörülmektedir. Bu doğrultuda, çalışma sonuçlarının, sadece yerel işletmeler için değil, aynı zamanda global pazara açılmak isteyen Türk mutfağı temsilcileri için de stratejik bir rehber niteliği taşıyacağı düşünülmektedir.

4.3. Tezin Amacı

Bu tezin amacı, Türk mutfağının önemli unsurlarından biri olan geleneksel mezelerin modern gastronomi yaklaşımları ile nasıl yeniden yorumlandığını ve bu modernizasyonun tüketici beğenisi üzerindeki etkilerini kapsamlı bir şekilde incelemektir. Bu doğrultuda, mezelerin modernize edilmesi sürecinde tüketicilerin nasıl bir tepki verdiği, geleneksel tatların modern dokunuşlarla harmanlanmasının tüketici memnuniyetini ve tercihlerindeki değişimleri nasıl etkilediği araştırılmıştır.

Araştırmanın odak noktası, tüketicilerin modernize edilmiş mezeler karşısındaki beğenilerini, beklentilerini ve tercihlerini analiz ederek, bu dönüşümün gastronomi sektörü açısından ne tür fırsatlar sunduğunu ortaya koymaktır. Ayrıca, restoran işletmeleri ve gıda sektörü profesyonelleri için geleneksel lezzetlerin günümüz tüketici taleplerine uyarlanması sürecinde stratejik kararların alınmasına katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Ayrıca, ülkemizde restoranlarda sunulan mezelerin menülerde yer alma sıklığı ve standart reçetelerin eksikliği gibi konular ele alınarak, işletmelerin menü planlama, ürün geliştirme, satın alma süreçleri ve personel eğitimi gibi alanlarda rehber niteliğinde bulgular sunulması amaçlanmaktadır.

4.4. Araştırma Yöntemi

Bu çalışmada, karma yöntem kullanılmıştır. Karma yöntem araştırmaları, çalışma veya birbirini izleyen çalışmalar içerisinde nitel ve nicel yöntem yaklaşım ve kavramlarının birleşmesi olarak tanımlanmaktadır (Creswell, 2003). Çalışmada, uygulamalı bir deneysel yaklaşım benimsenmiş ve geleneksel Türk mezelerinin modernize edilmiş versiyonlarının tüketici beğenisi üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik duyuşal değerlendirme yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sürecinde, öncelikle ikincil veri analizine başvurularak İstanbul ilindeki meze servis eden restoranların menü içerikleri incelenmiş ve en sık sunulan mezeler tespit edilmiştir. Bu süreç, literatür taraması ve dijital restoran değerlendirme platformları aracılığıyla

gerçekleştirilmiş ve araştırma için temel veri seti oluşturulmuştur. Bu model, araştırmanın temel unsurlarını daha net bir şekilde ortaya koymayı ve konuya ilişkin mevcut literatür ile ilişkili boşlukları tespit etmeyi sağlamaktadır. İkinci aşamada, araştırmaya dahil edilen mezelerin reçetelerinin oluşturulması ve geleneksel mezelerin modern sunumlarında tüketici beğenisinin belirlenmesini incelemek amacıyla hem ikincil verileri toplanmış hem de istatistiksel analiz teknikleri kullanılarak bir analiz süreci yürütülmüştür.

Araştırma İstanbul ilinde meze servis eden restoranlardan seçilen mezeler ile yapılmıştır. Restoranlar, internet üzerindeki dereceleme sitesi (Foursquare) üzerinden aldıkları puanlara göre belirlenmiş ve bu işletmeler bulundukları ilçelere göre seçilmiştir. 17/08/2024 ve 02/09/2024 tarihleri arasında toplam 50 restoranın menüsü incelenmiştir. Restoran seçiminde, işletmelerin popülerliklerinin yanı sıra farklı sosyo-ekonomik profillere sahip bölgelerden temsil edilen bir örneklem oluşturulması amaçlanmıştır. Bu restoranlarda servis edilen mezeler listelenerek ve en fazla servis edilen mezeler sıralanmıştır. Bu listeden en popüler olan 10 meze seçilmiştir. Seçilen mezelerin her biri için standart reçeteler oluşturulmuştur. Bu reçeteler, geleneksel tariflere sadık kalınarak belirlenen kriterler doğrultusunda hazırlanmıştır. Reçeteler oluşturulurken, geleneksel tariflerin özgünlüğüne zarar vermeden aynı ürün modern meze servisinde de farklı formlarda kullanılmıştır. Modern meze unsurlarını oluşturabilmek için ürünün içinde yer alan malzemeler kullanılarak yeni garnitürler oluşturulmuş, kullanılan yağlar ürün içindeki malzemeler ile aromalandırılmış, farklı ve renkli tabaklar seçilerek modern servis unsuru olarak kullanılmıştır.

Oluşturulan standart meze reçetelerine uygun olarak, mezelerin geleneksel ve modern sunum unsurları dikkate alınarak iki farklı sunum reçetesi hazırlanmıştır. Bu aşamada, standart meze reçetelerinin hem geleneksel hem de modernizasyon açısından hangi sunum teknikleriyle uyum sağlayabileceğine yönelik deneysel yöntemler kullanılmıştır. Sunum aşamasında, geleneksel sunum tekniklerinde daha fazla odaklanılan unsurlar, sadelik, tabak düzeni ve kullanılan malzemeler olacaktır. Modern sunum ise, görsel seçicilikle çağdaş estetik anlayışını yansıtan, minimalist ve yaratıcı unsurlar içererek farklılaştırılmıştır.

Deneysel araştırmada kullanılmak üzere her meze için iki farklı reçete oluşturulmuştur. Bu reçeteler, geleneksel tariflerin ve modernize edilmiş tariflerin, tüketicilerin beğenilerini nasıl değiştirdiği konusunda farklılıkları ortaya koymaya

yönelik tasarlanmıştır. Bu reçeteler ile yapılan modern ve geleneksel mezelerin değerlendirilmesi için Altuğ, Onoğur ve Elmacı (2011) tarafından geliştirilen “Gıdalarda Duyusal Değerlendirme” ölçeği kullanılmıştır. Araştırma kapsamında, toplam 25 panelist uygulama yapılmıştır. Bu panelistlerin 20’si akademisyenlerden, 5’i ise Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü’nde öğrenim görmekte olan lisans öğrencilerinden oluşmaktadır.

Anketler, yüz yüze anket tekniği ile uygulanmıştır. Anketin uygulanmasında, her bireyin farklı gastronomik geçmişi ve kültürel perspektifleri dikkate alınarak, farklı beğeni ve algıların toplandığı bir örneklem oluşturulmuştur. Anket sonuçları, mezelerin geleneksel ve modern sunumlarının tüketici beğenisi üzerindeki etkilerini ortaya koymak için analiz edilmiştir.

Mezelerin geleneksel hazırlanışında geleneksel araç ve gereçler kullanılarak, geleneksel pişirme ve sunum tekniklerine sadık kalınmıştır. Bu süreç, geleneksel mezelerin özünü yansıtarak, tüketicilerin tanıdık oldukları tatları ve sunumları yeniden deneyimlemelerini amaçlamaktadır. Modern mezelerin hazırlanmasında ise, modern pişirme teknikleri, yeni nesil mutfak gereçleri kullanılarak ve görsel sunumda çağdaş estetik yaklaşımlar benimsenerek, yenilikçi bir deneyim sağlanmıştır. Modern sunumda kullanılan teknikler, özellikle tabak düzeni, renk uyumu ve malzeme çeşitliliği açısından geleneksel sunumlardan belirgin şekilde farklılık göstermektedir.

4.5. Araştırmanın Modeli

Bu çalışma, geleneksel mezelerin modern sunumlarında tüketici beğenisinin belirlenmesini incelemeye odaklanmıştır. Betimsel araştırma tasarımı çerçevesinde yürütülen bu araştırma, mevcut durumun analiz edilmesi ve tüketici davranışlarının belirlenmesi amacıyla yapılandırılmıştır. Betimsel araştırmalar, olguların mevcut durumlarını, neden-sonuç ilişkilerine girmeden olduğu gibi ortaya koymayı hedefler (Büyüköztürk, 2023). Bu doğrultuda, çalışmanın temel amacı, geleneksel lezzetlerin modern sunum ve yorumlarla yeniden şekillendirilmesinin, tüketici algısında ne tür değişikliklere yol açtığını tespit etmektir. Araştırmada kullanılan betimsel yöntemler, panelistlerin modernize edilmiş mezeler hakkındaki görüşlerini ve tutumlarını ölçmeye yöneliktir. Böylece, tüketicilerin modernizasyon algıları detaylı bir şekilde ele alınarak, bu algının satın alma davranışlarına olası etkileri değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Araştırma analiz uygulamaları iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada öncelikle araştırmaya katılan bireylerin demografik bilgileri hakkında frekans analizleri yapılmıştır. İkinci kısımda ise öncelikle duyuşal analiz gerçekleştirilmiştir. Bu noktadan hareketle oluşturulan bu tez araştırmasının amacı; geleneksel mezelerin modern sunumlarında tüketici beğenisinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

4.6. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu araştırmanın evrenini, İstanbul ilinde meze servisi yapan yiyecek ve içecek işletmeleri oluşturmaktadır. İstanbul ilinden seçilen 25 panelistin geleneksel ve modernize edilmiş meze tariflerine yönelik algı ve beğenilerini değerlendirmek amacıyla planlanan bu çalışma, deneysel araştırma desenine dayanmaktadır. Evrenin İstanbul ilinden seçilen panelistler ile sınırlandırılması, panelistlerin aynı ilde bulunan yeme-içme işletmelerini deneyimleyebilme olanaklarının bulunması ve bu işletmelerde servis edilen mezeler hakkında daha fazla bilgiye sahip olmaları nedeniyle tercih edilmiştir. Böylece, değerlendirmelerin bilinçli ve nitelikli bir bakış açısıyla yapılması hedeflenmiştir.

Araştırmanın örneklemini, evren içerisinde basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilen ve anket uygulamasına katılmayı gönüllü olarak kabul eden 25 panelist oluşturmaktadır. Altuğ Onoğur ve Elmacı (2011) panelist sayısının en az eğitilmiş 3-10 paneliste, yarı eğitilmiş 8-25 ve eğitilmemiş 80 panelist ile duyuşal analiz değerlendirmesinin yapılabileceğini belirtmektedir. Bu araştırmadan panelistlerin 20'si akademisyenlerden, 5'i ise Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü'nde öğrenim görmekte olan lisans öğrencilerinden oluşmaktadır.

Örneklem grubunun belirlenmesinde, panelistlerin farklı gastronomik geçmişe, kültürel birikime ve bireysel damak zevklerine sahip olmalarına dikkat edilmiştir. Bu çeşitlilik, modernize edilmiş ve geleneksel mezelere ilişkin farklı sunum ve lezzet biçimlerine yönelik algıların daha geniş bir perspektiften değerlendirilmesine olanak sağlamıştır.

Araştırma kapsamında, her bir meze için hem geleneksel reçetelere hem de modernize edilmiş tariflere dayalı olarak iki farklı ürün hazırlanmıştır. Geleneksel meze tariflerinde, klasik malzemeler, pişirme yöntemleri ve sunum biçimleri korunmuş; otantik tatların birebir yansıtılması amaçlanmıştır. Modernize edilmiş tariflerde ise çağdaş mutfak teknikleri, estetik tabak düzenlemeleri ve yeni nesil

mutfak ekipmanları kullanılarak, görsel ve lezzet açısından yenilikçi bir deneyim oluşturulmuştur.

4.7. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak, Altuğ Onoğur ve Elmacı (2011) tarafından geliştirilen “Gıdalarda Duyusal Değerlendirme” ölçeği kullanılmıştır. Bu anket, gıdaların organoleptik özelliklerinin (görsel, tat, koku, doku, genel beğeni) duyusal açıdan değerlendirilmesini sağlayan, güvenilir ve geçerli bir ölçüm aracıdır. Duyusal analiz için oluşturulan anket, katılımcıların geleneksel ve modernize edilmiş mezeler hakkındaki beğenilerini toplayabilmek amacıyla tasarlanmıştır.

Ölçek, görsel, tat, koku, doku ve genel beğeni gibi duyusal özellikleri değerlendirmenin yanı sıra, her bir mezenin sunum biçiminin (geleneksel ve modern) nasıl algılandığını ölçen çeşitli sorulardan oluşmaktadır. Panelistlerden her bir meze için aşağıdaki ölçütler üzerinden değerlendirme yapmaları istenmiştir.

Görsel değerlendirme: Mezelerin estetik sunumuna ilişkin panelistlerin algıları sorgulanacaktır. Sunumun çekiciliği, renk uyumu ve genel görsel düzen değerlendirilir. Bu değerlendirme, mezelerin görsel açıdan ne kadar dikkat çekici ve iştah açıcı olduğunu belirlemek için yapılmaktadır.

Tat değerlendirmesi: İkinci aşamada panelistlerin mezelerin tadına yönelik beğenileri ölçülmektedir. Mezelerin tuzluluk, acılık, asidik ya da tatlılık dengesine dair görüşleri bu aşamada önemlidir. Panelistlerin damak zevkine hitap eden tat profilleri, modern ve geleneksel sunumlar arasındaki farkları ortaya koymaktadır.

Koku değerlendirmesi: Üçüncü aşamada mezelerin koku profili üzerinde yapılan değerlendirmeler, ürünün taze ve hoş kokusu, kokunun yoğunluğu ve hoşnutsuzluk yaratıp yaratmadığı gibi unsurlar bulunmaktadır. Koku, tüketici algısında büyük bir etkiye sahip olup, meze tercihlerini doğrudan etkileyebilmektedir.

Doku değerlendirmesi: Dördüncü aşamada panelistlerin mezelerin dokusu hakkındaki algıları ölçülmektedir. Yumuşaklık, gevreklik, pürüzlülük gibi özellikler ön plana çıkmaktadır. Mezelerin dokusal özellikleri, geleneksel ile modern sunumlar arasında farklılıklar olup olmadığını anlamak için önemli bir göstergedir.

Genel beğeni: Son aşamada ise panelistlerin mezelerin genel olarak nasıl algıladıkları, sunum tarzı fark etmeksizin yapılan son değerlendirmeye ölçülmektedir. Bu değerlendirme, mezelerin her iki versiyonunun (geleneksel ve modern) tüketici üzerinde bıraktığı genel izlenimi ortaya koymaktadır.

Ölçek her biri duysal değerlendirme sorusu, 5 dereceli Likert ölçeği üzerinden cevaplandırılacaktır. Panelistler, her bir özellik için şu seçeneklerden birini işaretleyecektir: (1 = Hiç beğenmedim, 2 = Beğenmedim, 3 = Kararsızım, 4 = Beğendim, 5 = Çok beğendim). Bu ölçek, panelistlerin her bir mezenin duysal özelliklerine yönelik algılarını ölçmede kullanılacaktır. Böylece, her iki sunum tipi (geleneksel ve modernize edilmiş) için panelistlerin beğeni düzeyleri nicel verilerle toplanacaktır.

4.8. Verilerin Toplanması

Bu çalışmada, geleneksel mezelerin modern sunumlarında tüketici beğenisinin belirlenmesini incelemek amacıyla duysal analiz yapılmıştır. Araştırmaya dâhil edilecek verilerin toplanması süreci, belirli bir metodolojik çerçeveye dayalı olarak planlanmış ve yürütülmüştür. Ürünleri hazırlanması ve duysal analizin gerçekleştirilmesi aşamasında İstanbul Gelişim Üniversitesi laboratuvarları kullanılmıştır. Panelist grubunun seçiminde, gastronomi alanında uzman olan panelistlerin yanı sıra, gastronomi ve mutfak sanatları alanında eğitim gören kişilerin de yer almasına özen gösterilmiştir. Veri toplama sürecinde, panelistlerin hakları ve gizlilikleri korunmuştur. Panelistler, araştırmaya katılmadan önce araştırma hakkında genel olarak bilgilendirilmiştir. Ayrıca, herhangi bir panelistin test sırasında rahatsızlık duyduğu takdirde geri çekilme hakkı bulunmuştur.

4.9. Uygulama Süreci

Öncelikle İstanbul'da (foursquare) faaliyet gösteren ve meze servisi yapan restoran işletmelerine yönelik internet sayfaları taranarak menülerinde yer alan mezeler listelenmiştir. Daha sonra menülerde en çok yer alan 10 meze belirlenerek

standart ve modern reçeteler (içeriğinde kullanılan ürünlere sadık kalarak veya sadece içeriğinde bulunan ürünlerden süslemeler yapılarak ve modern teknikler kullanılarak) geliştirilmiştir.

Bu araştırmada, seçilen 10 geleneksel meze hem geleneksel tariflere sadık kalınarak hem de modern gastronomi yaklaşımları doğrultusunda iki ayrı şekilde hazırlanmıştır. Uygulama süreci, her bir mezeye ait geleneksel reçetelerin özgünlüğünü koruyarak modernle tirme adımlarının sistematik biçimde uygulanmasını içermektedir. Bu kapsamda hem pişirme teknikleri hem de sunum biçimleri açısından belirli aşamalar izlenmiştir.

Geleneksel hazırlık aşamasında, tariflerde yer alan malzemeler geleneksel yöntemlere uygun olarak temin edilmiş; pişirme işlemleri geleneksel mutfak araçları ve teknikleri (kızartma, ha lama, k zleme vb.) kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Sunumlarda ise geleneksel tabaklar, doğal renk tonları ve yerel dokuları yansıtan unsurlar tercih edilmiştir.

Modernizasyon sürecinde ise farklı meze  e itleri için; ürünün içeriğinde yer alan malzemelerle dehidrat r kullanılarak mezelerin kurutulması, yüksek hızlı blender ile infüze ya ların hazırlanması, thermomix kullanılarak mezelerin p re h line getirilmesi, mezelerden ince çıtır kurabiyeler yapılması gibi yenilikçi uygulamalar ile gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, farklı renk ve derinlikte tabakların kullanılması ve aynı mezede farklı dokuların birlikte sunulması gibi çeşitli sunum tekniklerine de yer verilmiştir.

Tüm mezeler hem geleneksel hem modern reçetelerine uygun biçimde aynı mutfak ortamında hazırlanmış; hazırlanan örnekler, duysal analizler için önce geleneksel mezelerin tadımı ve daha sonra modern mezelerin tadımı şeklinde e  zamanlı olarak 25 paneliste sunulmuştur. Panelistlere sunum esnasında ekmek verilmiştir. Bu uygulama süreci, gelenekselden moderne geçişte tüketicisi be enisindeki değişimleri ölçmek amacıyla yapılmıştır.

4.10. Verilerin Analizi

Verilerin analizi sürecinde, geleneksel ve modernize edilmiş mezelerin duysal özelliklerine ilişkin panelistlerin be enileri değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler, SPSS ve excel dosyası üzerinde analiz edilmiştir. Her bir meze türü için duysal

özelliklerin karşılaştırılması ile incelenmiştir.

Veri setinin hazırlanmasında, panelistlerin duyuşal değerdendirmeleri 5 dereceli Likert ölçeği ile toplanmış ve sayısal verilere dönüştürölerek analiz için hazır hale getirilmiştir. Her bir meze türünün görsel, koku, doku ve lezzet gibi duyuşal özellikleri analiz edilmiştir. Panelistlerin geleneksel ve modernize edilmiş mezeler üzerindeki görüşlerini değerdendirmeleri amacıyla hazırlanan anketlerin sonuçları, duyuşal özelliklerin puanlamalarıyla birlikte düzenlenmiştir.

4.11. Araştırmanın Varsayım ve Sınırlılıkları

Bu araştırmanın bazı varsayımlara ve sınırlamalara dayandığı dikkate alınarak, elde edilen bulguların geçerliliği ve genellenebilirliği konusunda bazı hususlar göz önünde bulundurulmuştur. Bunlar:

- Panelistlerin duyuşal değerdendirme anketine dürüst ve gerçekçi şekilde cevap verecekleri varsayılmıştır. Bu, panelistlerin beğeni ve algılarının yalnızca subjektif deneyimlerine dayandığı ve herhangi bir dış etkenin bu deneyimleri etkilemediği kabul edilmiştir.

- Geleneksel ve modern mezelerin hazırlık aşamalarının, belirlenen reçetelere sadık kalarak ve doğru ölçü ve içeriklerle yapılacağı varsayılmıştır. Bu durum, duyuşal değerdendirme sonuçlarının tutarlılığını sağlamak açısından önemlidir.

- Panelistlerin, duyuşal değerdendirme testi yapabilme becerilerinin yeterli olduğu ve kullanılan 5 dereceli Likert ölçeğinin anlaşılır olduğu da araştırmanın bir başka varsayımdır.

- Araştırmada, İstanbul ilinde, hem gastronomi ve mutfak sanatları alanında eğitim almış panelistlerin, hem de alan dışında farklı lisans ve lisansüstü alanlarda eğitim almış panelistlerin , genel özellikleri temsilen seçildiği kabul edilmiştir. Bu da, araştırmanın sonuçlarının daha geniş bir grup için genellenebilirliğini sağlamak açısından önemli bir varsayım olarak belirlenmiştir.

- Farklı coğrafı bölgeler ya da demografik özelliklere sahip bireyler üzerinde yapılan çalışmalar, farklı sonuçlar ortaya koyabilir. Ayrıca, duyuşal analizlerin subjektif bir değerdendirmeye dayandığı ve panelistlerin kişisel tercihlerinin, alışkanlıklarının ve kültürel geçmişlerinin sonuçları etkileyebileceği de göz önünde

bulundurulmalıdır. Bu durum, duysal değerlendirme sonuçlarının evrensel geçerliliğini sınırlayabilir.

- Araştırma aynı zamanda belirli bir zaman diliminde ve sınırlı sayıda meze örneğiyle geçekleştirilmiştir. Bu, daha geniş bir zaman diliminde ve daha fazla çeşitlilikle yapılan bir çalışma ile daha kapsamlı ve geçerli sonuçlar elde edilebileceği anlamına gelmektedir.

- Panelistlerin yemek tercihleri ve duysal algıları, kültürel farklılıklar ve bireysel zevkler doğrultusunda değişiklik gösterebilmektedir. Bu da, araştırma sonuçlarının her bir bireyin subjektif deneyimlerini yansıttığını unutmamamızı gerektirmektedir.

- Duysal değerlendirme sadece görünüş, koku-aroma, doku ve lezzet gibi temel parametrelerle sınırlı kalmıştır, bu da diğer duysal özelliklerin değerlendirilmesini dışarıda bırakmaktadır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

BULGULAR

5.1. İstanbul İli Restoranlarında Servis Edilen Mezeler

Geleneksel Türk mutfağının önemli unsurlarından biri olan mezeler, İstanbul'daki restoranlarda hem kültürel mirasın bir temsilcisi hem de modern mutfak anlayışının yorum alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada, İstanbul'da en sık tercih edilen mezeler belirlenmiş ve her birinin hem geleneksel hem de modern yorumu tarif edilerek sunulmuştur. Patlıcan salatası, pilaki, fava, beyaz peynir, atom, yoğurtlu semizotu, haydari, humus, acılı ezme, deniz börülcesi ve zeytinyağlı enginar gibi mezeler; hem tarihsel mutfak geleneğinin izlerini taşımakta hem de günümüz restoranlarında şeflerin özgün dokunuşlarıyla yeniden yorumlanmaktadır. Bu bağlamda, İstanbul'daki restoran menülerinde yer alan mezelerin hem geleneksel tariflerinin korunması hem de yenilikçi uygulamalarla güncellenmesi, gastronomik çeşitliliğin ve kültürel sürekliliğin önemli bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Yukarıda belirtilen mezelerin her biri, Türk mutfağının zenginliğini ve İstanbul'daki restoran kültürünün çeşitliliğini yansıtmaktadır. Bu bölümde, söz konusu mezelerin hem geleneksel tariflerine hem de modern yorumlarına yer verilerek, geleneksel ile yenilikçi mutfak anlayışlarının nasıl bir araya geldiği ortaya konulacaktır.

Reçeteler, uygulama açısından şeflere yol gösterici olması amacıyla ölçü ve yöntem detaylarıyla birlikte sunulmuştur.

Tablo 1. Meze servis edilme sıklıklarına göre sıralama

No	Meze Adı	Servis Edilme Sayısı (N)
1	Patlıcan salatası	40
2	Pilaki	39
3	Fava	34
4	Beyaz peynir	31
5	Atom	30
6	Yoğurtlu semizotu	29
7	Haydari	29
8	Humus	29
9	Ezme	28
10	Deniz börülcesi	27
11	Zeytinyağlı enginar	25

Beyaz Peynir herhangi bir üretim aşaması gerektirmediğinden dolayı reçetelendirme sürecine dâhil edilmemiştir. Bu nedenle, çalışma kapsamında yer alan

on birinci meze olarak zeytinyağlı enginar seçilmiş ve reçetesi oluşturularak değerlendirmeye alınmıştır. Mezelerin hem geleneksel hem de modern sunumlarında temel tariflere bağlı kalınmış; modern sunumlarda ise mevcut içerikler esas alınarak yalnızca sınırlı düzeyde ek malzeme kullanılmış, bu malzemelerle uygun garnitürler hazırlanarak sunumlarda yer verilmiştir.

5.1.1. Geleneksel patlıcan salatası

Patlıcan salatası sade ezme şeklinde, közlenmiş biberler ve domates ile karıştırılıp babaganush şeklinde, Arap mutfağında tahin, sarımsak ve limon suyu ile karıştırılıp abaganush şeklinde, tahin ve süzme yoğurt ile karıştırılıp mutabbel şeklinde hazırlanabilir. Bu mezeler, meze servis edilen restoranlarda sıklıkla menüde yer almaktadır. Geleneksel olarak en sık yapım tekniği, közlenmiş patlıcanın zeytinyağı ve limon suyu karışımı içerisine alınması ve bu karışım içinde ezilmesidir (Usta, 1979).



şekil 1. Geleneksel patlıcan salatası mezesi

Tablo 2. Geleneksel patlıcan salatası reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	zellik
Patlıcan	3	kg	İri kemer patlıcan
Limon	400	g	4 adet
Zeytinyağı riviera	300	g	
Tuz	20	g	
şeker	12	g	Toz şeker
Ayçiçek yağı	1	l	Kızartmak için
Zeytinyağı sızma	100	g	

Hazırlanışı: (10 porsiyon için)

Patlıcanların sap kısmındaki kabukları ayırın. Patlıcanları sivri bir bıçakla 3-4 yerinden 3-4 mm derinlikte izin.

2,5 adet limonun suyunu sıkın. Bir mayonez tenceresinde limon suyu, riviera zeytinyağı, tuz ve şekeri çırpma teli ile çırpın.

Yağı 180 dereceye ısıtın. Patlıcanları kurulayın ve yağa ilave edin. Üzerine bir kevgirle bastırarak ara sıra alt üst ederek 6-7 dakika kabuk hafif sertleşip patlıcanın içi yumuşayınca kadar kızartın.

Patlıcanları yağdan çıkartıp bir tepsiye alın. Soğumadan kabuklarını soyun ve patlıcanların iç kısımlarını 3 parçaya bölüp mayonez tenceresi içindeki sosun üzerine koyun.

Bir tahta kaşık yardımıyla ezerek karıştırın. Tüm patlıcanları bu şekilde karışıma ilave edin.

Buzdolabında +4 derecede 2-3 saat soğutun. Meze servis tabağına alın.

Üzerine sızma zeytinyağı gezdirin.

Kalan limonları elma dilimi şeklinde kesin. Patlıcan salatasının yanına koyup, maydanoz yaprakları ile servis edin.

5.1.2. Modern patlıcan salatası

Modern sunum tekniğinde, geleneksel patlıcan mezesinden farklı olarak patlıcanlar ince dilimler hâlinde kesilmiş, hafifçe tuzlandıktan sonra un ve nişasta karışımına bulanarak derin yağda kızartılmış ve böylece sert dokulu patlıcanlar elde edilmiştir. Aynı şekilde, maydanoz yaprakları da derin yağda kızartılarak çıtır bir doku kazandırılmıştır. Hazırlanan bu sert dokulu garnitürler, düz bir şekilde sunulan geleneksel patlıcan salatasına hem görsel açıdan farklılık kazandırmış hem de yumuşak dokulu yapıyı sert dokularla çeşitlendirerek tabakta derinlik ve yükseklik oluşturarak seçiciliği artırmıştır.



Şekil 2. Modern patlıcan salatası mezesi

Tablo 3. Modern patlıcan salatası reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
---------	--------	-------	---------

Patlıcan	3,3	kg	10 adet iri 2 adet ufak kemer patlıcan
Limon	400	g	4 adet
Zeytinyağı riviera	300	g	
Tuz	25	g	
Şeker	12	g	Toz şeker
Ayçiçek yağı	1	l	Kızartmak için
Zeytinyağı sızma	100	g	
Un	100	g	Buğday unu
Nişasta	100	g	Mısır nişastası
Maydanoz	15	g	1/3 demet
Hazırlanışı: (10 porsiyon için)			
Ufak patlıcanları 2 mm kalınlığında halka doğrayın 5 gram tuzla hafifçe tuzlayın. Un ve nişastayı 2 gram tuzla karıştırın.			
Patlıcanları un ve nişasta karışımına bulayın ve silkeleyip 180 derece ısıtılmış yağda altın sarısı kahverengi oluncaya kadar kızartın. Kâğıt havlu üzerine çıkartın.			
Maydanozun yapraklarını ayırın. Maydanozları yıkayıp kurulaşın. 180 derece ısıtılmış yağa ilave edin ve 15-20 saniye kızartıp kâğıt havlu üzerine alın.			
İri patlıcanların sap kısmındaki kabukları ayırın. Patlıcanları sivri bir bıçakla 3-4 yerinden 3-4 mm derinlikte çizin.			
2,5 adet limonun suyunu sıkın. Bir mayonez tenceresinde limon suyu, riviera zeytinyağı, 18 gr tuz ve şekeri çırpma teli ile çirpin.			
Yağı 180 dereceye ısıtın. Patlıcanları kurulaşın ve yağa ilave edin. Üzerine bir kevgirle bastırarak ara sıra alt üst ederek 6-7 dakika kabuk hafif sertleşip patlıcanın içi yumuşayuncaya kadar kızartın.			
Patlıcanları yağdan çıkartıp bir tepsiye alın. Soğumadan kabuklarını soyun ve patlıcanların iç kısımlarını 3 parçaya bölüp mayonez tenceresi içindeki sosun üzerine koyun.			
Bir tahta kaşık yardımıyla ezerek karıştırın. Tüm patlıcanları bu şekilde karışıma ilave edin.			
Buzdolabında +4 derecede 2-3 saat soğutun. Meze servis tabağına alın. Üzerine sızma zeytinyağı gezdirin.			
Kalan limonları elma dilimi şeklinde kesin. Patlıcan salatasının yanına koyun. Kızarmış patlıcanları üzerine dizin, üzerlerine kızarmış maydanoz koyun ve servis edin.			

5.1.3. Geleneksel fasulye pilaki (bombay fasulye pilaki)

Pilaki taze iç barbunya, kuru barbunya, taze olgunlaşmış iç fasulye ve kuru fasulyeden yapılabilir. Pilaki kuru fasulyeden hazırlanırken sarımsak, soğan, havuç, patates, kereviz ilave edilirken, barbuynadan hazırlanırken sadece domates, havuç, salça ve zeytinyağı ile hazırlanmaktadır (Yeğen, 1977). Günümüzde kuru fasulye ve özellikle iri taneli bombay fasulyesi ile hazırlanan pilakilerde genellikle soğan, ince rendelenmiş havuç, domates, domates salçası, zeytinyağı, tuz ve şeker ile hazırlanmaktadır.



Şekil 3. Geleneksel fasulye pilaki (bombay fasulye pilaki) mezesi

Tablo 4. Geleneksel fasulye pilaki (bombay fasulye pilaki) reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
Kuru fasulye	500	g	Bombay fasulyesi
Domates salçası	50	g	
Kuru soğan	100	g	
Sarımsak	8	g	
Domates	150	g	
Havuç	50	g	
Zeytinyağı riviera	60	g	
Sızma zeytinyağı	120	g	70 gr pilaki için 50 gr servis için
Toz şeker	20	g	
Tuz	10	g	
Maydanoz	1/4	Demet	

Hazırlanışı: (10 porsiyon için)

Fasulyeyi akşamdan bol ılık su ile ıslatın. Sabah süzdürün, yıkayın. Bol su ile haşlayın. Kaynayınca köpüğünü alın. Orta ateşte hafif yumuşayınca kadar haşlayın.

Diğer tencerede riviera yağı ısıtın. Soğanı ve sarımsağı çok ince brunoise doğrayın ve yağda pembeleşinceye kadar kavurun. Havucu ince rendeleyin ve ilave edip kavurun.

Salçayı ilave edin ve 1 dakika kadar kavurun. Üzerine rendelenmiş domatesi ilave edin ve 1 dakika kavurun. Üzerine 1 lt. Su ilave edin. Tuz ve şekeri ilave edin ve kaynatın. Köpüğünü alın.

Üzerine süzölmüş bombay fasulyelerini ilave edin. Kaynayınca kısık ateşte 40 dakika kadar pişirin. Suyunu kontrol edin. (üzerinde 2 cm kadar su kalmalıdır.)

Ocaktan alın ve üzerine 70 gr sızma zeytinyağını ilave edin. Buz üzerine tencereyi oturtup soğutun. +4 derece buzdolabında bir gece dinlendirin.

Pilakiyi servis tabağına koyun, üzerine ince doğranmış maydanoz serpin ve sızma zeytinyağı gezdirip servis edin.

5.1.4. Modern fasulye pilaki (bombay fasulye pilaki)

Fasulye pilakisinin modern sunumunda, geleneksel sunumdan farklı olarak domatesler ince dilimler hâlinde kesilmiş ve kurutulmuştur. Pilaki püresi hazırlanarak içerisine un ve zeytinyağı eklenmiş, elde edilen hamur kurabiye kıvamına getirilmiş ve ince şekilde açılarak üçgen parçalara kesilmiş, fırınlanarak fasulye pilaki cipsleri oluşturulmuştur. Sunumda yuvarlak ve derin formda bir kâse tercih edilmiş; kullanılan garnitürler ve tabak rengi ile ürünün renk çeşitliliği artırılmıştır. Ayrıca, kurutulmuş domates ve pilaki cipsi kullanımıyla tabakta yükseklik farkı yaratılarak ürünün sunumunda görsel derinlik ve seçicilik sağlanmıştır.



Şekil 4. Modern fasulye pilaki (bombay fasulye pilaki) mezesi

Tablo 5. Modern fasulye pilaki (bombay fasulye pilaki) reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
Kuru fasulye	500	kg	Bombay fasulyesi
Domates salçası	50	g	
Kuru soğan	100	g	
Sarımsak	8	g	
Domates	400	g	
Havuç	50	g	
Zeytinyağı riviera	40	g	
Sızma zeytinyağı	160	g	70 gr pilaki için 50 gr servis için 40 gr cips için
Toz şeker	20	g	
Tuz	10	g	
Maydanoz	¼	Demet	
Un	60	g	
Hazırlanışı: (10 porsiyon için)			

Fasulyeyi akşamdan bol ılık su ile ıslatın. Sabah süzdürün, yıkayın. Bol su ile haşlayın. Kaynayınca köpüğünü alın. Orta ateşte hafif yumuşayınca kadar haşlayın.

Diğer tencerede riviera yağı ısıtın. Soğanı ve sarımsağı çok ince brunoise doğrayın ve yağda pembeleşinceye kadar kavurun. Havucu ince rendeleyin ve ilave edip kavurun.

Salçayı ilave edin ve 1 dakika kadar kavurun. Üzerine 250 gr rendelenmiş domatesi ilave edin ve 1 dakika kavurun. Üzerine 1 lt su ilave edin. Tuz ve şekeri ilave edin ve kaynatın. Köpüğünü alın.

Üzerine süzölmüş bombay fasulyelerini ilave edin. Kaynayınca kısık ateşte 40 dakika kadar pişirin. Suyunu kontrol edin. (üzerinde 2 cm kadar su kalmalıdır.)

Ocaktan alın ve üzerine 70 gr sızma zeytinyağını ilave edin. Buz üzerine tencereyi oturup soğutun. +4 derece buzdolabında bir gece dinlendirin.

Kuru domates cipsi için 2 adet domatesi slicer ile 1,5 mm kalınlığında halka doğrayın. Sebze kurutucusuna dizin ve 65 derecede 8 saat kurutun.

Fasulye cipsi için hazırlanmış olduğunuz pilakiden 200 gram süzdürün. Süzölmüş pilakiyi thermomiks ile yüksek devirde ısı kullanmadan 40 gram sızma zeytinyağı ile pürüzsüz olacak şekilde çekin. İnce bir süzgeçten geçirin. Un ilave ederek orta sertlikte bir hamur ilave edin. Üzerini stretch film ile kapatın ve buzdolabında 20 dk dinlendirin. Hafif unlanmış silpat arasında 1,5 mm kalınlığında açın. Dondurun. 8-9 cm uzunluğunda tabanı 4-5 cm olacak şekilde eşkenar üçgenler şeklinde kesin. Donuk bir şekilde silpattan alın ve yağlı kağıt serilmiş bir tepsiye aralıklı olacak şekilde dizin. 165 derece fırında 15-18 dakika hafif kızarıp sertleşinceye kadar pişirin.

Maydanozun yapraklarını saplarından ayırın. 170 derece ısıtılmış yağda 10 saniye kadar kızartın ve kâğıt havlu üzerine çıkartın.

Pilakiyi servis tabağına koyun. Üzerine zeytinyağı gezdirin. Üzerine kurutulmuş domates cipsi, pilaki cipsi ve kızarmış maydanoz yerleştirip servis edin.

5.1.5. Geleneksel fava

Antik dönemden beri Anadolu coğrafyasında baklagil pürelerinden yapılan yemeklerin varlığı bilinmektedir. Özellikle kuru bakladan yapılan fava meze sofralarının vazgeçilmez yemeklerinden biridir (Asırlık Tariflerle Türk Mutfağı, 2021). Fava kabuğundan ayrılmış kuru iç baklanın soğan, zeytinyağı ile yumuşayınca kadar pişirilip, dereotu, limon suyu, tuz ve şeker ile tatlandırıp püre haline getirilmesi ile hazırlanır. Yunanistan'da ve ülkemizde Ege bölgesinde gambilya denilen bakladan daha küçük ve sarı renkte bodrum baklası denilen baklagil ile de yapılmaktadır. Hazırlanan fava tepsilere dökülüp soğutulup, sertleştiğinde dilimlenerek servis edilebildiği gibi, soğumuş fava tekrar karıştırılıp püre kıvamına getirilip servis edilebilir. Servisinde üzerine ince doğranmış kırmızı soğan ve dereotu konur ve üzerinde zeytinyağı gezdirilip servis edilir. Uygulamada kullanılan fava reçetesinde kuru bakla kullanılmış, rengin daha sarı olabilmesi, baklanın kekremsi ve acımtırak tadını baskılamak için havuç ve kırmızı mercimek kullanılmıştır.



Şekil 5. Geleneksel fava mezesi

Tablo 6. Geleneksel fava reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
Kuru bakla	500	g	
Kırmızı mercimek	150	g	
Kuru soğan beyaz (soyulmuş)	150	g	
Zeytinyağı sızma	160	g	
Limon suyu taze	10	g	
Dereotu ayıklanmış	30	g	1 demet sapı alınmış ve ince doğranmış
Tuz	12	g	
Şeker	8	g	
Havuç	150	g	
Su	2	l	
Kırmızı soğan	200	g	Brunoise doğranmış servisi için
Limon	200	g	Elma dilimi altıya bölünmüş

Hazırlanışı: (10 porsiyon için)

Kuru bakla yıkanır ve süzdürülür. Geniş bir tencerede 60 gr zeytinyağı ısıtılır. Üzerine piyazlık doğranmış soğan ilave edilir ve yumuşayıncaya kadar kavrulur.

Havuç soyulur, ince rendelenir ve soğanların üzerine ilave edilip rengi çıkıncaya kadar kavrulur. Bakla ilave edilir ve 1-2 dakika kavrulur. Üzerine su ilave edilir. Kaynayınca köpüğü alınır ve kısık ateşte 25-30 dakika pişirilir.

Bu esnada mercimek ıslatılır. İyice yıkanır ve süzdürülür. Kaynayan karışıma ilave edilir ve kısık ateşte 20 dk daha pişirilir. Karışım el blenderından geçirilir.

Tuz, şeker, limon suyu, doğranmış dereotunu yarısı ve kalan zeytinyağının yarısı ilave edilir ve 1 taşım kaynatılıp tepsilere 2-3 santimetre kalınlığında dökülür. Buzdolabında +4 derecede 5-6 saat bekletilir.

Karışım tepsiden alınır ve mayonez tenceresinde çırpma teli ile çırpılır. Meze tabağına alınır Üzerine zeytinyağı gezdirilir, dereotu dalları ve kırmızı soğan ile süslenir. Yanına limon dilimi konup servis edilir.

5.1.6. Modern fava

Fava mezesinin modern sunumunda, geleneksel sunumda kullanılan zeytinyağı yerine, dereotunun blanche edilmesinin ardından zeytinyağı ile blendırda çekilip süzülmesiyle elde edilen dereotu yağı kullanılmıştır. Bu uygulama, ürünün üzerinde canlı bir yeşil renk tonunun oluşmasını sağlamıştır. Hazırlanan fava püresine un ve tereyağı ilave edilerek fava hamuru hazırlanmış, ince şekilde açılıp üçgen formda kesilmiş ve fırınlanarak fava cipsleri elde edilmiştir. Sunumda, bu cipslerin favanın üzerine yerleştirilmesiyle tabakta yükseklik farkı oluşturulmuş; aynı zamanda, ürünün tüketiminde kullanılabilecek sert dokulu, doğal bir bileşen sunulmuştur.



Şekil 6. Modern fava mezesi

Tablo 7. Modern fava reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
Kuru bakla	500	g	
Kırmızı mercimek	150	g	
Kuru soğan beyaz (soyulmuş)	150	g	
Zeytinyağı sızma	300	g	100 gr fava-150 gr dereotu yağı 50 bakla tuil
Limon suyu taze	10	g	
Dereotu Ayıklanmış	80	g	2,5 demet. 0,5 demet fava 2 demet dereotu yağı için

Tuz	12	g	
Şeker	8	g	
Havuç	150	g	
Su	2	l	
Kırmızı soğan	400	g	Soğanlı bakla tuil için
Limon	200	g	Elma dilimi altıya bölünmüş
Tereyağı	40	g	
Yumurta beyazı	1	Adet	
Un	180	g	

Hazırlanışı: 10 porsiyon için

Kuru bakla yıkanır ve süzdürülür. Geniş bir tencerede 60 gr zeytinyağı ısıtılır. Üzerine piyazlık doğranmış soğan ilave edilir ve yumuşayınca kadar kavrulur.

Havuç soyulur, ince rendelenir ve soğanların üzerine ilave edilip rengi çıkıncaya kadar kavrulur. Bakla ilave edilir ve 1-2 dakika kavrulur. Üzerine su ilave edilir. Kaynayınca köpüğü alınır ve kısık ateşte 25-30 dakika pişirilir.

Bu esnada mercimek ısıtılır. İyice yıkanır ve süzdürülür. Kaynayan karışıma ilave edilir ve kısık ateşte 20 dk daha pişirilir. Karışım el blendırından geçirilir.

Tuz, şeker, limon suyu, ¼ demet doğranmış dereotu ilave edilir ve 1 taşım kaynatılıp tepsilere 2-3 santimetre kalınlığında dökülür. Buzdolabında +4 derecede 5-6 saat bekletilir.

Buzdolabından alınan fava, ince doğranmış ¼ demet dereotu ve 40 gr zeytinyağı ilave edilerek blendırdan çekilerek süzme yoğurt kıvamında pürüzsüz bir krema haline getirilir.

Dereotu yağı için 2 demet dereotu blanche edilir. Suyu çok iyi sıkılır ve 150 gram zeytinyağı ile birlikte blendırdan çekilir. Süzdürülür.

Kırmızı soğan brunoise doğranır, 50 gr zeytinyağı ile birlikte tavada hafif karamelize oluncaya kadar orta ateşte pişirilir. Soğutulur. 150 gram hazırlanmış fava ile birlikte blendırdan geçirilir. İçerisine yumurta beyazı, eritilmiş tereyağı ve 2 gram tuz ilave edilip çekilir. Un ilave edilir ve orta kıvamlı bir hamur elde edilir. Hamur üzeri strech ile kapatılır ve buzdolabında 1 saat bekletilir. İki silpat arasında 1,5 mm kalınlığında açılır. deep freezde dondurulur. Üzerindeki silpat alınır. Alt taban 3-4 cm ve uzunluğu 8-10 cm olacak şekilde üçgen kesilir. Fırında 170 derecede 15-17 dakika kadar pişirilir.

Servis tabağına fava sıkma torbası ile sıkılır. Ortası bir kaşıkla açılır. Ortasına ve kenarlarına dereotu yağı gezdirilir. Üzerine hazırlanan bakla tuilden üçgen parçalar yerleştirilip servis edilir.

5.1.7. Geleneksel atom

Kaşgarlı Mahmut tarafından yazılan Divan-ı Lügat-ı Türk ve Balasagunlu Yusuf Has Hacıp tarafından yazılan Kutatgu Bilig kitaplarında yoğurt sözcüğünün yer aldığı bilinmektedir. Türkçe pıhtılaşmak, koagüle olmak,, kesilmek anlamına gelen “yoğurmak” kelimesinden türediği kabul edilmektedir. İlk yoğurdun nasıl üretildiği ile ilgili kesin bir bilgi bulunmamaktadır (Demirci & Ocak, 2020). Yoğurdun süzdürülerek fazla suyundan ayrılıp daha koyu bir kıvama ulaşması ile süzme yoğurt

elde edilir. Bu süzme yoğurt koyu kıvamından dolayı meze yapımında daha sık kullanılır. Atom mezesinin hazırlanmasında süzme yoğurt tuz ve sarımsak ile çırpılır. Kuru Arnavut biberi çekirdeklerinden ayrılır ve doğranır. Doğranan biberler yağ ile birlikte bir tavada ısıtılır ve hazırlanan bu acı biberli yağ sarımsaklı ve tuzlu süzme yoğurt üzerine dökülerek servis edilir. Denizli ilinde bu mezenin yapımında kuru Kale biberi kullanılmaktadır.



Şekil 7. Geleneksel atom mezesi

Tablo 8. Geleneksel atom reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
Süzme yoğurt	2	kg	Sert kıvamlı
Riviera zeytinyağı	150	g	
Tereyağı	30	g	
Tuz	20	g	
Sarımsak	20	g	
Acı kuru biber	40	g	Kuru Arnavut biberi 30 adet
Toz kırmızıbiber	5	g	
Tatlı			

Hazırlanışı: (10 porsiyon için)

Sarımsağı tuz ile birlikte havanda dövün.

Arnavut biberlerinin saplarını kopartın. Çekirdeklerini çıkartın. i 2-3 mm kalınlığında kesin

Riviera zeytinyağı ve tereyağını bir tavada eritin. Doğranmış Arnavut biberleri ve toz kırmızıbiberi ilave edip kısık ateşte bir dakika kadar kavurun ve ocaktan alın.

Bir mayonez tenceresinde süzme yoğurdu çırpma tel ile pürüzsüz olacak şekilde çırpın. Üzerine 10 gram (2 tatlı kaşığı) doğranmış kızarmış biber karışımından ve dövülmüş sarımsakları koyup çırpın.

Servis tabağına alın ve ortasını hafifçe çukur olacak şekilde açın. Üzerine 15 gram kadar kızarmış doğranmış biber karışımından yağı ile birlikte koyun ve servis edin

5.1.8. Modern atom

Modern atom mezesinin hazırlanmasında, toz kırmızıbiber ile karıştırılan hafif acılı yoğurt, silpat üzerine ince bir tabaka hâlinde yayılmış ve dehidratörde kurutularak kuru acılı yoğurt cipsleri elde edilmiştir. Sunumda, özellikle kırmızı-kahverengi tonlarında derin bir tabak tercih edilmiş; bu tabak üzerine yerleştirilen yoğurt cipsleri sayesinde kırmızı ve beyaz tonların daha belirgin şekilde görünmesi amaçlanmıştır. Yoğurt cipsleri, ürüne hem yükseklik kazandırmış hem de canlı renge sahip bu sert ve ince doku ile görsel algıda seçiciliği artırmıştır.



Şekil 8. Modern atom mezesi

Tablo 9. Modern atom reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
Süzme yoğurt	2	kg	Sert kıvamlı
Riviera zeytinyağı	150	g	
Tereyağı	40	g	
Tuz	20	g	
Sarımsak	20	g	
Acı kuru biber	50	g	Kuru Arnavut biberi 40adet
Toz kırmızıbiber tatlı	6	g	
Acılı yoğurt cipsi için			
Süzme yoğurt	200	g	
Toz kırmızıbiber acı	5	g	
Tuz	2	g	
Nişasta	20	g	
Su	150	g	
Hazırlanışı: (10 porsiyon için)			

Acılı yoğurt cipsi için 20 gr nişasta ile 150 gr suyu ufak bir tencerede sürekli karıştırarak orta ateşte kaynatarak koyu bir hamur elde edin. Soğutun. 200 gr süzme yoğurt, toz kırmızıbiber ve tuzu karıştırın. Üzerine nişasta hamurunu ilave edip karıştırın. Silpat üzerine 1,5-2 mm kalınlığında spatula yardımıyla serin. Dehidratör içinde 65 derecede 7-8 saat kurutun.

Sarımsağı tuz ile birlikte havanda dövün.

Arnavut biberlerinin saplarını kopartın. Çekirdeklerini çıkartın. 20 tanesini 2-3 mm kalınlığında kesin.

Riviera zeytinyağı ve tereyağını bir tavada eritin. Üzerine 20 adet sapı alınmış fakat doğranmamış arnavut biberini ilave edin ve kısık ateşte 1 dakika kadar kızartın ve yağdan çıkartın.

Aynı yağın içerisine doğranmış Arnavut biberleri ve toz kırmızıbiberi ilave edip kısık ateşte bir dakika kadar kavurun ve ocaktan alın.

Bir mayonez tenceresinde süzme yoğurdu çırpma tel ile pürüzsüz olacak şekilde çırpın. Üzerine 10 gram (2 tatlı kaşığı) doğranmış kızarmış biber karışımından ve dövülmüş sarımsakları koyup çırpın.

Servis tabağına alın ve ortasını hafifçe çukur olacak şekilde açın. Üzerine 15 gram kadar kızarmış doğranmış biber karışımından yağı ile birlikte koyun. Kenarlarına iki adet kızarmış bütün Arnavut biberlerinden koyun. Üzerine 3 parça kırılmış 4-5 cm kare ebatlarında acı kuru yoğurt cipslerinden koyun ve servis edin.

5.1.9. Geleneksel yoğurtlu semizotu

Semizotugiller yani Portulacaceae ailesinin yenilebilen tek üyesi olana semizotu yani Portulaca oleracea, ülkemizde farklı yörelerde pürpürüm, pirpirim, parpar, perper, perpin, perine olarak adlandırılır. Çok eski çağlardan beri Akdeniz ve Yakın doğu coğrafyasında değişik kültürlerin mutfak kültürlerinde yerini alan bir bitkidir (Uhri & Öztürk, 2023). Semizotu arap kültüründe baharın gelişini müjdeleyen bir bitkidir ve sıkça tükettikleri fattush salatası baharın gelişi ile birlikte semizotu ilavesi ile hazırlanır. Semizotu ülkemizde; ana yemek, pilav, salata, borani, pirinçli zeytinyağı, börek içlerinin yapımında kullanılmaktadır. Gaziantep pirpirim aşısı ve Malatya piripirimli acı ayranı coğrafi işaretli yöresel ürünlerdendir (Türk Patent, 2025). Semizotu meze olarak en çok sarımsaklı süzme yoğurt ile karıştırılarak servis edilmektedir.



Şekil 9. Geleneksel yoğurtlu semizotu mezesi

Tablo 10. Geleneksel yoğurtlu semizotu reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
Süzme yoğurt	2000	g	Sert kıvamlı
Semizotu	1000	g	Sapı kesilmiş
Sarımsak	20	g	
Tuz	15	g	
Zeytinyağı sızma	70	g	
Çörekotu	8	g	

Hazırlanışı: (10 porsiyon için)

Semizotlarının alt yapraklarını dalından ayırın, en üst yapraklarını dallı olarak kopartın. (400 gram net semizotu olmalıdır) 3-4 kez yıkayın ve salata kurutucusu ile fazla suyundan kurtulun.

Sarımsağı tuz ile birlikte havanda dövün.

Bir mayonez tenceresinde süzme yoğurdu çırpma tel ile pürüzsüz olacak şekilde çırpın. Dövmüş sarımsağı ilave edin ve tekrar çırpın. Üzerine semizotlarını ve zeytinyağının yarısını ekleyip karıştırın.

Meze servis tabağına alın. Üzerine sızma zeytinyağı gezdirin ve çörek otu serpip servis edin.

5.1.10. Modern yoğurtlu semizotu

Modern yoğurtlu semizotu sunumunda, geleneksel sunumda kullanılan natürel zeytinyağı yerine; taze baharatların blanche edilip zeytinyağı ile blendırda çekilmesi ve süzdürülmesiyle elde edilen yeşil renkli yağ kullanılmıştır. Bu uygulama ile canlı yeşil bir ton elde edilerek görsel algının artırılması hedeflenmiştir. Süzme yoğurt, geleneksel serviste de kullanılan çörek otu ile karıştırılmış; silpat üzerine serilerek dehidratörde kurutulmuş ve ürünün üzerine yerleştirilerek sunumda yüksek bir yapı oluşturulmuştur. Üzerine eklenen taze semizotu yaprağı ile ürünün doğal ve canlı renginin ön plana çıkarılması amaçlanmıştır.



Şekil 10. Modern yoğurtlu semizotu mezesi

Tablo 11. Modern yoğurtlu semizotu reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
Süzme yoğurt	2000	g	Sert kıvamlı
Semizotu	1100	g	Sapı kesilmiş
Sarımsak	20	g	
Tuz	15	g	
Zeytinyağı sızma	35	g	
Çörek otlu yoğurt cipsi			
Çörek otu	6	g	
Süzme yoğurt	200	g	
Tuz	2	g	
Nişasta	20	g	
Su	150	g	
Yeşil yağ			
Maydanoz	20	g	Sapı alınmış
Dereotu	20	g	Sapı alınmış
Taze nane	20	g	Sapı alınmış
Yeşil soğan	30	g	Yeşil kısmı
Zeytinyağı riviera	80	g	
Zeytinyağı sızma	80	g	

Hazırlanışı: (10 porsiyon için)

Yeşil yağ için 1 lt suyu kaynatın. Maydanoz, nane, dereotu ve yeşil soğan saplarını kaynar suya atın. 8-10 saniye sonra sudan çıkartın ve buzlu suya alın. Süzdürün.

Suyunu tamamen sıkın. Blenderden buzdolabında soğutulmuş zeytinyağları ile birlikte çekin. Kahve filtresi kâğıdından süzdürün.

Çörek otlu yoğurt cips için; nişasta ve suyu ufak bir tencerede çırpma tel ile sürekli karıştırarak orta ateşte koyu kıvamlı bir hamur oluncaya kadar pişirin. Soğutun. Süzme yoğurt, çörekotu ve tuzu karıştırın. Üzerine nişasta hamurunu ilave edin ve karıştırın. Silpat üzerine 1,5-2 mm kalınlığında spatula yardımıyla serin. Dehidratör içinde 65 derecede 7-8 saat kurutun.

Semizotlarının alt yapraklarını dalından ayırın, en üst yapraklarını dallı olarak kopartın. (450 gram net semizotu olmalıdır) 3-4 kez yıkayın ve salata kurutucusu ile fazla suyundan kurtulun.

Sarımsağı tuz ile birlikte havanda dövün.

Bir mayonez tenceresinde süzme yoğurdu çırpma tel ile pürüzsüz olacak şekilde çırpın. Semizotu uç yapraklarından 50 gram ayırın ve kalan semizotlarını ve zeytinyağını yoğurtlu karışıma ekleyip karıştırın.

Meze servis tabağına alın. Ortasını hafifçe açıp kalan uç semizotu yapraklarını yerleştirin. Kenarlarına kırılmış 3-4 cm kare ebatlarında çörek otlu yoğurt cipsinde 3 adet yerleştirin. Üzerine ve kenarlarına yeşil yağ gezdirilip servis edin.

5.1.11. Geleneksel haydari

Haydari; sarımsaklı süzme yoğurdun kuru nane, ve/veya dereotu, sarımsak ve bazen ezilmiş beyaz peynir ile karıştırılması ile hazırlanan bir mezedir. Adana bölgesinde süzme yoğurt içerisine sadece dereotu ilave edilerek yapılmaktadır (Gürsoy, 2011). Haydariye ismiyle de anılan bu meze ordövr tabaklarında kullanılacaksa daha koyu kıvamda hazırlanmalıdır (Yılmaz, 2017). Kıvamı arttırmak için haydari içerisine koyulacak nane kızartılırken sıvıyağlar yerine tereyağı tercih edilebilir. Hazırlanan haydari +4 derecede 2-3 saat beklediğine tereyağı sertleşecek ve ürünün kıvamı koyulaşacaktır.



Şekil 11. Geleneksel haydari mezesi

Tablo 12. Geleneksel haydari reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
Süzme yoğurt	2000	g	Sert kıvamlı
Kuru nane	16	g	Elenmiş
Sarımsak	20	g	
Tuz	16	g	
Zeytinyağı sızma	60	g	

Tereyağı	50	g
Riviera zeytinyağı	50	g
Hazırlanışı: (10 porsiyon için)		
Riviera zeytinyağı ve tereyağını bir tavada orta kısık ateşte tereyağı eriyinceye kadar ısıtın. Naneyi ilave edin ve kısık ateşte 1-2 dakika nane rengini yağa verinceye kadar pişirin ve ocaktan alın.		
Sarımsağı tuz ile birlikte havanda dövün.		
Bir mayonez tenceresinde süzme yoğurdu çırpma tel ile pürüzsüz olacak şekilde çırpın. Üzerine naneli yağı ilave edin ve karıştırın.		
Meze servis tabağına alın. Üzerine sızma zeytinyağı gezdirin ve taze nane yaprakları yerleştirip servis edin.		

5.1.12. Modern haydari

Modern haydari sunumunda, geleneksel haydari servisinde kullanılan natürel zeytinyağı yerine, blanche edilip blendırda çekilen ve süzülen nane yağı kullanılmış; böylece ürünün üzerinde canlı bir yeşil renk oluşması sağlanmıştır. Aynı zamanda, nane kokusunun daha belirgin şekilde hissedilmesi hedeflenmiştir. Nane ile karıştırılan süzme yoğurt, silpat üzerine serilerek dehidratörde kurutulmuş ve elde edilen naneli yoğurt cipsleri ürünün üzerine yerleştirilerek yatay yapıya yükseklik kazandırılmıştır. Ürün, mavi tonlardaki derin bir kasede servis edilerek beyaz, yeşil ve mavi tonlar arasında renk kontrastı oluşturulmuş ve görsel seçicilik artırılmıştır.



Şekil 12. Modern haydari mezesi

Tablo 13. Modern haydari reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
Süzme yoğurt	2000	g	Sert kıvamlı
Kuru nane	16	g	Elenmiş
Sarımsak	20	g	
Tuz	16	g	
Tereyağı	50	g	
Riviera zeytinyağı	50	g	
Taze nane	10	Dal	Üst taç yaprakları

Süzme yoğurt	2000	g	Sert kıvamlı
Nane yağı			
Kuru nane	20	g	
Taze nane	40	g	Sapsız
Sızma zeytinyağı	100	g	
Riviera zeytinyağı	75	g	
Naneli yoğurt cips			
Süzme yoğurt	200	g	
Tuz	2	g	
Kuru nane	3	g	
Nişasta	20	g	
Su	150	g	
Hazırlanışı: (10 porsiyon için)			
Nane yağı için taze nane yapraklarını blanche edin. Suyunu tamamen sıkın. 100 gr sızma zeytinyağı ile birlikte blendırdan çekin. 75 gr riviera zeytinyağını ufak bir tavada ısıtın. Kuru naneleri ilave edin ve naneler rengini yağa bırakıncaya kadar kısık ateşte 30-45 saniye kadar ısıtın. Kuru naneli yağı soğutun ve çekilmiş taze Nane yapraklı yağa ilave edip blnedırda tekrar çekin. Kahve filtresi kâğıdından süzün.			
Naneli yoğurt cipsi için 20 gr nişasta ile 150 gr suyu ufak bir tencerede sürekli karıştırılarak orta ateşte kaynatarak koyu bir hamur elde edin. Soğutun. Süzme yoğurt, kuru nane ve tuzu karıştırın. Soğutulmuş nişasta hamurunu ilave edin ve çırpın. Silpata 1,5-2 mm kalınlığında spatula yardımıyla serin. Dehidratörde 65 derecede 7-8 saat kurutun.			
Haydari için; riviera zeytinyağı ve tereyağını bir tavada orta kısık ateşte tereyağı eriyinceye kadar ısıtın. Naneyi ilave edin ve kısık ateşte 1-2 dakika nane rengini yağa verinceye kadar pişirin ve ocaktan alın.			
Sarımsağı tuz ile birlikte havanda dövün.			
Bir mayonez tenceresinde süzme yoğurdu çırpma tel ile pürüzsüz olacak şekilde çırpın. Üzerine naneli yağı ilave edin ve karıştırın.			
Meze servis tabağına alın. Ortasını hafifçe bir kaşık yardımıyla açın. Üzerine naneli yağdan gezdirilin. Ortasına 3 dal taze nane koyun. Kenarlarına 3 adet 3-4 cm kare ebatlarında el ile kırılmış naneli yoğurt cipsi koyup servis edin.			

5.1.13. Geleneksel humus

Humus kelime anlamı olarak Arapça nohut demektir. Kavrulmuş susamın ezilmesi ile elde edilen tahin ile haşlanmış nohutun ezilerek karıştırılması ile elde edilir ve zeytinyağı, limon suyu, sarımsak, kimyon ve tuz ilavesi ile tatlandırılır. Güneydoğu Anadolu ve Doğu Akdeniz bölgemizde yaygın olarak tüketilen bir mezedir ve sıcak veya soğuk olarak servis edilebilir (Asırlık tariflerle Türk mutfağı, 2021). Humus yapımında kullanılan nohudun kabuğunun incilmesi için haşlanması sırasında içerisine kabartma tozu veya karbonat ilave edilmektedir. Yapılan humusun pütürsüz bir kıvamda olması isteniyorsa yüksek devirli bir parçalayıcı ile çalışılmalıdır. Humusun daha beyaz renkte olması istenirse humus yüksek hızlı parçalayıcıda soğuk

olarak çekilmeli ve kıvamı ayarlanırken buz ilave edilmelidir.



Şekil 13. Geleneksel humus mezesi

Tablo 14. Geleneksel humus reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
Nohut	500	g	
Tahin	200	g	
Sarımsak soyulmuş	6	g	
Zeytinyağı	30	g	
Tuz	18	g	
Limon	100	g	Limon suyu 40 gr
Toz kimyon	2	g	
Kabartma tozu	8	g	
Toz şeker	2	g	
Servisi için			
Domates	300	g	
Salatalık turşusu	150	g	
Kimyon	6	g	
Toz kırmızıbiber	6	g	
Maydanoz	1/3	Demet	İnce doğranmış
Sızma zeytinyağı	150	g	

Hazırlanışı: (10 porsiyon için)

Nohut akşamdan üzerine 3-4 santimetre geçecek şekilde su ve 10 gram tuz ilave edilerek ıslatılır.

Ertesi gün nohut yıkanır temiz su koyularak 30 dk. Bekletilir. Bu işlem 3 defa tekrar edilir.

2,5 litre Su ve kabartma tozu ile ocağa alınır. İlk yarım saat kapağı açık şekilde kaynamaya bırakılır. Bu süreçte köpüğü alınır. Kapağı kapatılırken kontrollü şekilde pişmeye bırakılır. Suyunda azalma gözlemlenirse su ilavesi yapılır.

Erime noktasına gelene kadar pişen nohutlar kenara alınır. (suyunu neredeyse çekmiş olmalıdır) suyunda fazlalık varsa ince süzgeç yardımı ile süzülerek kullanılır. Daha sonra nohut ılık sıcakken ronodoya alınır ve pürüzsüz püre kıvamına gelene kadar çekilir.

Üzerine strech film çekilir ve soğutulur.

Tamamen soğuduğunda üzerine 8 gram tuz, kimyon, sarımsak ilave edilip makinede çekilmeye başlanır. Zeytinyağı ve tahin ilave edilerek çekilmeye devam edilir. En son limon suyu ve şeker ilave edilir. Kıvamı koyu ise kırılmış buz azar azar ilave edilerek makinede çekilmeye devam edilir.

Kıvamı ve tadı kontrol edildikten sonra servis tabağına alınır. Ortası bir kaşık yardımıyla açılır. Üzerine kimyon ve toz kırmızıbiber serpilir.

Domates soyulur ve ince elma dilimi doğranıp kenarlarına konur. Salatalık turşusu 2-3 mm kalınlığında verrev doğranır ve humusun kenarlarına domateslerin arasına yerleştirilir.

Üzerine sızma zeytinyağı gezdirilir. İnce doğranmış maydanoz üzerine serpilir ve servis edilir.

5.1.14. Modern humus

Modern humus sunumunda, hazırlanan humusa tereyağı ve un ilave edilerek elde edilen hamurdan ince yapıda üçgen çıtır humus kurabiyeleri hazırlanmış ve bu kurabiyeler, humusun üzerine yerleştirilerek sunumda yüksek bir doku oluşturulmuştur. Söz konusu kurabiyeler, humusun ilk tadımında çatal yerine kullanılabilecek bir unsur olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca, modern sunumda humus hazırlanırken kullanılan nohutlar kızartılarak bütün nohut kırıtları elde edilmiş ve bu kırıtlar, pürüzsüz yapıdaki humusun üzerine sert ve çıtır bir doku olarak eklenmiştir. Humus, mavi tonlarda, hafif derinlikteki yuvarlak bir kase içinde servis edilerek, mezeye görsel derinlik kazandırılmış ve tabak içindeki seçiciliği artırılmıştır.



Şekil 14. Modern humus mezesi

Tablo 15. Modern humus reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
Nohut	500	g	
Tahin	200	g	
Sarımsak soyulmuş	6	g	

Zeytinyağı riviera	50	g	
Tuz	18	g	
Limon	100	g	Limon suyu 40 gr
Toz kimyon	2	g	
Kabartma tozu	8	g	
Toz şeker	2	g	
Kızarmış nohut			
Haşlanmış nohut	100	g	
Ayçiçek yağı	1	l	Kızartmak için
Tuz	3	g	
Kimyon	2	g	
Toz kırmızıbiber	2	g	

Humus çıtır kurabiyesi

Hazırlanmış humus	150	g	
Toz kırmızıbiber	10	g	
Kimyon	3	g	
Tuz	4	g	
Tereyağı	120	g	
Un	200	g	

Servisi için

Maydanoz	15	g	Sapları alınmış yaprak
Toz kırmızıbiber	3	g	
Sızma zeytinyağı	150	g	

Hazırlanışı: (10 porsiyon için)

Nohut akşamdan üzerine 3-4 santimetre geçecek şekilde su ve 10 gram tuz ilave edilerek ıslatılır.

Ertesi gün nohut yıkanır temiz su koyularak 30 dakika bekletilir. Bu işlem 3 defa tekrar edilir.

2,5 litre su ve kabartma tozu ile ocağa alınır. İlk yarım saat kapağı açık şekilde kaynamaya bırakılır. Bu süreçte köpüğü alınır. Kapağı kapatılırken kontrollü şekilde pişmeye bırakılır. Suyunda azalma gözlemlenirse su ilavesi yapılır. Nohut yumuşamaya başladığında 100 gram kadar haşlanmış nohut süzülerek kızartılmak üzere ayrılır.

Erime noktasına gelene kadar pişen nohutlar kenara alınır. (suyunu neredeyse çekmiş olmalıdır) suyunda fazlalık varsa ince süzgeç yardımı ile süzülerek kullanılır. Daha sonra nohut ılık sıcakken rondoya alınır ve pürüzsüz püre kıvamına gelene kadar çekilir.

Üzerine strech film çekilir ve soğutulur.

Tamamen soğuduğunda üzerine 8 gram tuz, kimyon, sarımsak ilave edilip makinede çekilmeye başlanır. riviera zeytinyağı ve tahin ilave edilerek çekilmeye devam edilir. En son limon suyu ve şeker ilave edilir. Kıvamı koyu ise kırılmış buz azar azar ilave edilerek makinede çekilmeye devam edilir. Saklama kabına alınır. Üzerine temash strech film çekilir ve buzdolabında 3-4 saat dinlendirilir.

Kızarmış nohut için haşlanmış nohutlar kurutulur. 170 derece ısıtılmış yağda 4-6 dakika nohutlar kuruyup, çıtırlaşıp altın sarısı oluncaya kadar pişirilir. Kâğıt havlu üzerine alınır. Tuz, toz kırmızıbiber ve kimyon karıştırılır ve kızarmış nohutların üzerine konup karıştırılır.

Nohut cipsi için un ve tereyağı bulguru kıvamına gelinceye kadar tezgâh üzerinde yoğrulur. Hazırlanmış humus, toz kırmızıbiber, tuz ve kimyon ilave edilip orta sertlikte bir hamur elde edilir. Hamur strech film ile sarılır ve buzdolabında 30 dakika dinlendirilir. silpat arasında 2mm kalınlığında merdane ile açılır. Dondurulur. Üzerindeki silpat çıkartılır. Alt taban 3-4 cm uzunluğu 8-10 cm olacak şekilde eşkenar üçgen şeklinde kesilir. 170 fırında yaklaşık 20 dakika altın sarısı oluncaya kadar pişirilir.

Humus servis kabına alınır. Ortası bir kaşık yardımıyla çukurlaştırılır. Ortasına kızarmış nohutlar konur. Humusun ve kızarmış nohutların üzerine ince doğranmış maydanoz serpilir. Üzerlerine toz kırmızıbiber serpilir. Humusun üzerine 3 adet humus cipsi kurabiyesi yerleştirilir. Sızma zeytinyağı gezdirilip servis edilir.

5.1.15. Geleneksel acılı ezme

Acılı ezme özellikle kebab restoranlarında en sık servis edilen mezelerin başında gelmektedir. Acılı olması sebebiyle iştah açarak yemek yeme isteğini artırır (Egeli, Kıyıcıoğlu, & Demirçakmak, 2022). Bol miktarda domates, soğan, yeşil biber, kırmızı biber ve maydanozun bıçakla veya zırh ile çok ince doğranıp fazla suyunun süzdürülmesi ve bu karışımın salça, yağ, nar ekşisi, limon suyu ve baharatlar ile karıştırılması ile hazırlanır.



Şekil 15. Geleneksel acılı ezme mezesi

Tablo 16. Geleneksel acılı ezme reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
Kuru soğan	150	g	
Domates salçası	55	g	
Acı biber salçası	80	g	
Domates iri	1,9	kg	
Sivri biber (3 adet)	50	g	
Nar ekşisi	80	g	
Sarımsak (3 diş)	8	g	

Maydanoz	½	Demet
Kırmızı pul biber	10	g
İsot	15	g
Limon suyu	15	g
Zeytinyağı sızma	50	g
Tuz	10	g
Kırmızıbiber kappa	50	g
Yeşil soğan	50	g
<i>Hazırlanışı: (10 porsiyon için)</i>		
Soğanı ve sarımsağı çok ince brunoise doğrayın.		
Biberlerin çekirdeklerini çıkartın ve çok ince brunoise doğrayın.		
Maydanozu, yeşil soğanı çok ince doğrayın.		
Domatesi soyun ve çok ince brunoise doğrayın. Doğranmış domatesleri süzgece koyun ve 1 saat bekletin.		
Tüm malzemeleri bir mayonez tenceresinde karıştırın.		
Meze servis tabağına koyun. Üzerine zeytinyağı ve nar ekşisi gezdirip servis edin.		

5.1.16. Modern acılı ezme

Modern acılı ezme sunumunda, mavi tonlarda tercih edilen derin yuvarlak kase ile ürünün kırmızı renginin ön plana çıkarılması hedeflenmiştir. Geleneksel olarak düz yüzeyde gerçekleştirilen meze sunumuna, yükseklik kazandırmak amacıyla ince dilimlenerek dehidratörde kurutulmuş domates cipsleri kullanılmıştır. Genellikle kebab eşliğinde tüketilen bu mezede, klasik sunuma gönderme yapılarak, kebab servisine eşlik eden lavaşlar; zeytinyağı, kurutulmuş domates kabuğu tozu, maydanoz ve pul biber ile tatlandırılmış, üçgen şeklinde kesilmiş ve fırında kurutulmuştur. Elde edilen bu çıtır lavaş cipsleri, mezeye hem görsel bir zenginlik katmak hem de ilk tadımda çatal yerine kullanılabilecek doğal bir araç sunmak amacıyla ürünün üzerine yerleştirilmiştir. Böylece hem dokusal farklılık yaratılmış hem de kırmızı, yeşil ve kahverengi tonlarının uyumu ile görsel seçiciliğin artırılması amaçlanmıştır.



Şekil 16. Modern acılı ezme mezesi

Tablo 17. Modern acılı ezme reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
Kuru soğan	150	g	
Domates salçası	50	g	
Acı biber salçası	75	g	
Domates iri	1,5	kg	
Sivri biber (3 adet)	50	g	
Nar ekşisi	70	g	
Sarımsak (3 diş)	8	g	
Maydanoz	½	Demet	
Kırmızı pul biber	8	g	
İsot	15	g	
Limon suyu	15	g	
Zeytinyağı sızma	40	g	
Tuz	8	g	
Kırmızıbiber kapyra	50	g	
Yeşil soğan	50	g	
Domates cipsi			
Domates	300	g	İki adet orta boy
Domatesli lavaş kütürü			
Lavaş	1	Adet	İnce lavaş
Kuru domates kabuğu tozu	10	g	
Pul biber	5	g	
Maydanoz	10	g	
Sızma zeytinyağı	20	g	
Deniz tuzu	5	g	
Hazırlanışı: (10 porsiyon için)			
Soğanı ve sarımsağı çok ince brunoise doğrayın.			
Biberlerin çekirdeklerini çıkartın ve çok ince brunoise doğrayın.			
Maydanozu, yeşil soğanı çok ince doğrayın.			

Domatesi soyun ve çok ince brunoise doğrayın. (domatesin kabuklarını kurutmak için saklayın. Doğranmış domatesleri süzgece koyun ve 1 saat bekletin.

Tüm malzemeleri bir mayonez tenceresinde karıştırın.

Domates kabuğu tozu için domates kabuklarını dehydratör tepsisine yerleştirin ve 60 derecede 10 saat kurutun. blendırdan geçirin ve ince bir tel süzgeçten geçirip ağzı kapalı bir kapta saklayın.

Domates cipsi için domatesin sapını ayırın. Domatesleri slicerde 2,5-3 mm kalınlığında halka doğrayın. dehydratör tepsisine yağlı kâğıt üzerine yerleştirin. 65 derecede 8 saat kurutun. blendırdan geçirin ve süzgeçten geçirip toz haline getirin.

Domatesli lavaş kütürü için lavaşı zeytinyağı ile yağlayın. Üzerine çok ince doğranmış maydanoz yaprakları, pul biber ve kurutulmuş domates tozunu serpip yayın. Üzerine deniz tuzu serpin. 4-5 cm uzunluğunda 3-4 cm taban olacak şekilde eşkenar üçgen kesin. Yağlı kâğıt üzerine serin. Fırında 160 derecede 10-12 dakika kadar kuruyuncaya kadar pişirin.

Meze servis tabağına acılı ezmeyi koyun. Kaşık yardımıyla iz verin. Kenarlarına bir adet domates cipsi ve iki adet domatesli lavaş kütürü yerleştirin. Dal maydanoz yerleştirin. Nar ekşisi ve zeytinyağı gezdirip servis edin.

5.1.17. Geleneksel deniz börölcesi

Deniz börölcesi deniz kenarında suyun gelgit yaptığı yerlerde sulak arazilerde yetişen bir bitkidir. Latince ismi *Salicornia europea* dır. *Salicornia* Latince tuz anlamına gelen sal ile yine Latince Boynuz anlamına gelen cornu kelimelerinin birleşmesi ile oluşmuştur. İsminden de anlaşıldığı gibi tuzlu bir lezzete sahiptir (Uhri & Öztürk, 2023). kaynar suda haşlanan deniz börölceleri ortalarında bulunan odunsu kılçık yapıdan sıyrılarak ayrılır ve genellikle sarımsak, zeytinyağı ve limon suyu ile karıştırılıp servis edilir. Özellikle ilkbahar ve yaz aylarında yetişen deniz börölcesi mevsimde yetişen domatesler ile birlikte servis edildiğinde daha da lezzetli bir hal alır.



Şekil 17. Geleneksel deniz börölcesi mezesi

Tablo 18. Geleneksel deniz börülcesi reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
Deniz börülcesi	1200	g	6 demet
Sarımsak	20	g	6 diş iri
Sızma zeytinyağı	200	g	
Limon suyu	30	g	
Domates	400	g	
Tuz	8	g	

Hazırlanışı: (10 porsiyon için)

Deniz börülcelerinin sap kısımlarını kesin. 3-4 kez yıkayın.

Bir tencereye 4 litre su koyun ve kaynatın.

Kaynayan suya deniz börülcelerini ilave edin. Yaklaşık 8-15 dakika deniz börülceleri ortalarında yer alan kılçık kısmından rahatça ayrılincaya kadar haşlayın.

İstenilen derecede pişen deniz börülcelerini buzlu suya çıkartın ve kılçıklarından ayıklayın ve süzgece alıp fazla suyundan kurtulun.

Sarımsağı ince rendeleyin, tuz, limon suyu ve zeytinyağı ile karıştırın. Bu karışımın yarısını deniz börülceleri ile karıştırın ve deniz börülcelerini servis tabağına alın.

Domatesi kabuksuz rendeleyin. Kalan sarımsaklı sosa ilave edin. Şekeri ilave edip karıştırın ve bu sosu servis tabağındaki deniz börülcelerinin üzerine gezdirip servis edin.

5.1.18. Modern deniz börülcesi

Modern deniz börülcesi sunumunda, geleneksel serviste kullanılan sarımsaklı domates rendesi yerine, blanche edilip kabuğu soyulan ve ikiye bölünen cherry domatesler, sarımsaklı zeytinyağı ile marine edilerek kullanılmıştır. Deniz börülceleri, tabakta metal bir çember yardımıyla düzenli bir formda yerleştirilmiş ve üzerine yerleştirilen cherry domateslerle birlikte sunuma yükseklik kazandırılmıştır. Domateslerin sahip olduğu canlı kırmızı rengin, deniz börülcesinin yeşil tonlarıyla kontrast oluşturarak mezeye görsel bir derinlik ve estetik çekicilik kattığı düşünülmüştür.



Şekil 18. Modern deniz börülcesi mezesi

Tablo 19. Modern deniz börülcesi reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
Deniz börülcesi	600	g	3 demet
Sarımsak	12	g	4 diş iri
Sızma zeytinyağı	180	g	100 g sos için 80 gr servis için
Limon suyu	20	g	
Domates cherry	350	g	
Tuz	3	g	
Toz şeker	1	g	

Hazırlanışı: (10 porsiyon için)

Deniz börülcelerinin sap kısımlarını kesin. 3-4 kez yıkayın.

Bir tencereye 4 litre su koyun ve kaynatın.

Kaynayan suya deniz börülcelerini ilave edin. Yaklaşık 8-15 dakika deniz börülceleri ortalarında yer alan kılçık kısmından rahatça ayrılincaya kadar haşlayın.

İstenilen derecede pişen deniz börülcelerini buzlu suya çıkartın ve kılçıklarından ayıklayın ve süzgece alıp fazla suyundan kurtulun.

Cherry domateslerin alt kısımlarından artı şeklinde 1 mm çizirin ve 2 lt kaynar suya atıp 15 saniye tutun ve buzlu suya çıkartın. Sarımsağı tuz ile havanda dövün. Limon suyu, 150 gr zeytinyağı, tuz ve şekerle karıştırın.

Cherry domateslerin kabuklarını soyun. Saplarını alın. Saptan alt kısma doğru ikiye kesin. Hazırlanan sarımsaklı sosun yarısı ile domatesleri marine edin.

Pişmiş ve süzölmüş deniz börülcelerini kalan sarımsaklı sos ile harmanlayın. Yuvarlak bir çemberi servis tabağının ortasına yerleştirin. Deniz börülcelerini yerleştirin. Üzerine marine edilmiş cherry domatesleri dairesel şekilde tek sıra boşluk kalmayacak şekilde yerleştirin.

Çemberi çıkartın. Üzerine sızma zeytinyağı gezdirip servis edin.

5.1.19. Geleneksel zeytinyağlı enginar

Enginarın bilimsel adı *Cynara scolymus*'tur. Türkçe enginar isminin ise yunanca enginar için kullanılan egkinara ya da kinara sözcüğünden gelmektedir. Yabani enginar ise ülkemizde kenger olarak bilinmektedir ve çanak yapmayan bu bitkinin yaprakları soyulup yemeklerde kullanılmaktadır (Uhri & Öztürk, 2023). Çorbası, ezmesi, kızartması, etli yemeği, kabuklu veya kabuksuz olarak dolması da yapılan enginar ülkemizde soğuk olarak en çok zeytinyağlı yemek olarak tüketilmektedir. Enginar genellikle; zeytinyağı, narenciye suları, un, tuz ve şekerler birlikte pişirilirken, içerisine havuç, soğan, patates ve bezelye ilave edilmekte ve dereotu ile servis edilmektedir.



Şekil 19. Geleneksel zeytinyağlı enginar mezesi

Tablo 20. Geleneksel zeytinyağlı enginar reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
Enginar taze	1000	G	10 adet
Arpacık soğan	200	G	20 adet
Soyulmuş			
Havuç soyulmuş	300	G	4 orta boy
Patates soyulmuş	300	G	2 orta boy
Zeytinyağı riviera	150	G	
Un beyaz	35	G	
Portakal suyu taze	450	G	
Limon suyu taze	60	G	
Şeker toz	20	G	
Tuz	12	G	
Zeytinyağı sızma	140	G	
Bezelye	150	G	Dondurulmuş iç bezelye
Dereotu	½	Demet	

Hazırlanışı: (10 porsiyon için)

İki adet havuç ve patates 1,5 cm küp doğranır. Havucun iki tanesi ince rendelenir.

Ayrı bir tavada rendelenmiş havuçlar 80 gr riviera ve 40 gr sızma zeytinyağı karışımı ile kısık ateşte beş dakika kavrulur. Üzerine 400 gr su ilave edilir ve 15 dakika kaynatılır.

Diğer tencerede 70 gr riviera zeytinyağı ve 20 gr sızma zeytinyağı ile arpacık soğan ve küp doğranmış havuçlar 3-4 dakika kısık ateşte kavrulur. Kavrulup haşlanmış rende havuçların suyu süzdürülüp eklenir.

Bir mayonez tenceresinde un, limon ve portakal suyu tuz, şeker ve 400 ml su karıştırılır ve süzdürülerek tencereye ilave edilir. Kaynatılır.

Enginarlar ilave edilir ve kaynatılıp köpüğü alınır. Üzerine yağlı kâğıt kapatılıp tencere kapağı da kapatılıp 20 dakika pişirilir. Küp doğranmış patatesler ilave edilir ve 10-15 dakika kısık ateşte pişirilir. Bezelyeler ilave edilir ve 5-10 dakika daha pişirilir.

Ocaktan alınır. Üzerine kalan 80 gram sızma zeytinyağı gezdirilir ve üzerinde yağlı kâğıt olacak şekilde hızlıca buz dolu bir kabın üzerine oturtulup soğutulur.

Enginar servis tabağına alınır. Ortasına havuç, patates, arpacık soğan ve bezelye konur. Pişme suyundan 30 gram kadar ilave edilir. Üzerine dereotu yaprakları yerleştirilir ve servis edilir.

5.1.20. Modern zeytinyağlı enginar

Modern zeytinyağlı enginar sunumunda, geleneksel servislerde sıklıkla kullanılan küp kesilmiş patates ve havuçlar yerine, parisien (küre) formunda kesilmiş versiyonları tercih edilmiştir. Bu tercihle, enginarın dairesel yapısı ile küresel formun uyum içerisinde sunularak görsel algının güçlendirilmesi amaçlanmıştır. Mezenin hazırlanmasında kullanılan portakal, modern sunumda iki farklı şekilde değerlendirilmiştir: İnce dilimlenerek kurutulmuş portakal cipsleri ve tamamen kabuksuz ve zarsız şekilde fileto formunda hazırlanmış portakal dilimleri. Bu iki farklı uygulama ile ürüne hem sert bir doku hem de canlı sarı bir renk kazandırılmıştır. Geleneksel sunumda kullanılan natürel zeytinyağı yerine ise, dereotunun blanche edilmesiyle birlikte zeytinyağı ile blendırda çekilip süzdürülmesi sonucu elde edilen yeşil renkli dereotu aromalı yağ tercih edilmiştir. Böylece, tabakta sarı ve yeşil tonların bir araya gelmesiyle ürünün görsel zenginliği artırılmış, modern sunum teknikleri aracılığıyla geleneksel lezzete estetik bir yorum kazandırılmıştır.



Şekil 20. Modern zeytinyağlı enginar mezesi

Tablo 21. Modern zeytinyağlı enginar reçetesi

Malzeme	Miktar	Birim	Özellik
Enginar taze	1000	G	10 adet
Arpacık soğan soyulmuş	200	G	20 adet
Havuç soyulmuş	300	G	4 orta boy

Patates soyulmuş	250	G	2 orta boy
Zeytinyağı riviera	150	G	
Un beyaz	35	G	
Portakal suyu taze	450	G	
Limon suyu taze	60	G	
Şeker toz	20	G	
Tuz	12	G	
Zeytinyağı sızma	140	G	
Bezelye	150	G	Dondurulmuş iç bezelye

Dereotu yağı için

Sızma zeytinyağı	150	G	
Dereotu	2	Demet	
Portakal	4	Adet	Orta boy

Hazırlanışı: (10 porsiyon için)

Dereotu yağı için 2 demet dereotu blanche edilir. Suyu çok iyi sıkılır ve 150 gram buzdolabında soğutulmuş sızma zeytinyağı ile birlikte blendırdan çekilir. Kahve filtresi kâğıdından süzdürülür.

Portakal cipsi için 1 adet portakal slicer ile 2 mm kalınlığında halka dilimlenir. dehydratör tepsisine yerleştirilir. 65 derecede 10 saat kadar kurutulur.

Havuç ve patates parizyen çıkarılır. Havucun arta kalan kısmı ince rendelenir.

Ayrı bir tavada rendelenmiş havuçlar 80 gr riviera ve 40 gr sızma zeytinyağı karışımı ile kısık ateşte beş dakika kavrulur. Üzerine 400 ml su ilave edilir ve 15 dakika kaynatılır.

Diğer tencerede 70 gr riviera zeytinyağı ve 20 gr sızma zeytinyağı ile arpacık soğan ve parisien havuçlar 3-4 dakika kısık ateşte kavrulur. Kavrulup haşlanmış rende havuçların suyu süzdürülüp eklenir.

Bir mayonez tenceresinde un, limon ve portakal suyu tuz, şeker ve 400 ml su karıştırılır ve süzdürülerek tencereye ilave edilir. Kaynatılır.

Enginarlar ilave edilir ve kaynatılıp köpüğü alınır. Üzerine yağlı kâğıt kapatılıp tencere kapağı da kapatılıp 20 dakika pişirilir. parisien patatesler ilave edilir ve 20-25 dakika kısık ateşte pişirilir.

Ocaktan alınır. Üzerine kalan 80 gram sızma zeytinyağı gezdirilir ve üzerinde yağlı kâğıt olacak şekilde hızlıca buz dolu bir kabın üzerine oturtulup soğutulur.

Bezelye 300 gram kaynar su ile 2 dakika haşlanır ve buzlu suda soğutulup süzdürülür.

3 adet portakal bıçakla kabuk kısmı ve beyaz kısmı kalmayacak şekilde saptan alta doğru soyulur. Portakalın damarları arasından etli kısmı bıçak yardımıyla çıkartılarak portakal segmentleri elde edilir.

Enginar servis tabağına alınır. Ortasına parisien havuç, patates, arpacık soğan konur. Üzerine haşlanmış bezelye konur. Pişme suyundan 30 gram kadar ilave edilir. Üzerine dereotu yaprakları ve segment portakallar ilave edilir. Kenarlarına dereotu yağı gezdirilir. En ortasına portakal cipsi konup servis edilir.

5.2. Duyusal Analiz Bulguları

Bu bölümde geleneksel mezelerin modernizasyonuna yönelik gerçekleştirilen

duyusal analiz sonuçları yer almaktadır. Panelistlere sunulan geleneksel ve modernize edilmiş meze örnekleri, lezzet, koku, doku, görünüş ve genel beğeni gibi çeşitli duyusal özellikler açısından değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, tüketicilerin duyusal algıları üzerinden modernizasyonun etkilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Duyusal değerlendirmeler, panelistlerin bireysel algılarını yansıtmakta olup, ürünler arası farkların niteliksel olarak karşılaştırılmasına olanak tanımaktadır.

Tablo 22. Demografik özelliklere ait frekans analizi

	Gruplar	N	Ortalama
Cinsiyet	Kadın	8	%32
	Erkek	17	%68
Yaş	18-25	8	%32
	26-30	6	%24
	31-35	7	%28
	36-40	2	%8
	41 – üzeri	2	%8
	Lise	1	%4
	Ön Lisans	2	%8
Eğitim	Lisans	10	%40
	Lisansüstü	12	%48
Gastronomi ile ilgili eğitimi	Evet	14	%56
	Hayır	11	%44
Modernize edilmiş yemekleri denemeye açık mısınız?	Evet	25	%100
	Hayır	0	%0
Daha önce modernize edilmiş mezeleri denediniz mi?	Evet	13	%52
	Hayır	12	%48

Panelistlerin demografik özelliklerine ilişkin bulgular incelendiğinde, örneklemin cinsiyet dağılımında erkeklerin %68 ile çoğunluğu oluşturduğu, kadın panelistlerin ise %32 oranında yer aldığı görülmektedir. Yaş değişkeni açısından değerlendirildiğinde, panelistlerin büyük bir bölümünün genç ve erken yetişkinlik döneminde yer aldığı dikkat çekmektedir. Özellikle 18-25 yaş aralığında bulunan panelistlerin oranı %32 iken, 31-35 yaş grubunun oranı %28, 26-30 yaş grubunun oranı ise %24'tür. Buna karşılık, 36 yaş ve üzeri bireylerin oranı %16 dır.

Eğitim düzeyine ilişkin veriler, panelistlerin yükseköğretim düzeyinde yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Panelistlerin %48'i lisansüstü, %40'ı ise lisans

mezunu olup %12'si lise veya ön lisans düzeyinde eğitim almıştır. Bu durum, araştırmanın eğitim seviyesi yüksek bireyler üzerinde gerçekleştirilmiş olduğunu ve elde edilen bulguların yorumlanmasında bilişsel farkındalık düzeyinin dikkate alınabileceğini göstermektedir. Ayrıca panelistlerin %56'sı gastronomi alanında bir eğitim aldığını belirtmiş, %44'ü ise herhangi bir gastronomi eğitimi almadığını ifade etmiştir. Bu bulgu, örneklemin büyük ölçüde alan bilgisine sahip bireylerden oluştuğunu ve değerlendirmelerin uzmanlık perspektifinden yapıldığını göstermesi açısından önemlidir.

Panelistlere yöneltilen modernize edilmiş yemekleri denemeye açık olup olmadıkları sorusuna verilen yanıtlar incelendiğinde, %100'lük bir oranla tüm bireylerin bu tür ürünleri denemeye istekli oldukları belirlenmiştir. Bu bulgu, modernize edilmiş yemeklerin toplumda kabul görmeye açık bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, panelistlerin %52'si daha önce modernize edilmiş mezeleri denediklerini ifade ederken, %48'i herhangi bir deneyime sahip olmadığını belirtmiştir. Deneyim düzeyindeki bu denge, modernize edilmiş ürünlerin henüz toplum genelinde tam anlamıyla yaygınlaşmadığını ancak ilgi uyandırdığını söylenebilmektedir.

Tablo 23. Fava mezesi duyuşsal parametrelerinin karşılaştırılması

Kriter	N	Geleneksel Ortalama	Standart Sapma	Modern Ortalama	Standart Sapma
Görünüş	25	4.28	0.72	4.72	0.44
Koku	25	4.16	0.88	4.68	0.46
Aroma	25	4.12	0.78	4.48	0.64
Doku	25	4.16	0.86	4.48	0.70
Lezzet	25	4.16	0.78	4.56	0.75
Genel Beğeni	25	4.16	0.73	4.48	0.70

Tablo 23'de geleneksel ve modern fava mezelerinin çeşitli duyuşsal kriterler açısından ortalama puanlarını ve standart sapmalarını karşılaştırmalı olarak göstermektedir.

Görünüş açısından değerlendirildiğinde, geleneksel ürün 4.28 (SS=0.72) ortalama puan alırken, modern ürün 4.72 (SS=0.44) ortalama puanla daha yüksek bir beğeni düzeyine ulaşmıştır. Modern ürünün görünüşüne dair daha yüksek puan alması, sunum ve dış görünüm açısından tüketiciler üzerinde daha olumlu bir izlenim bıraktığını göstermektedir. Ayrıca daha düşük standart sapma değeri, bu olumlu

değerlendirmenin panelistler arasında daha tutarlı biçimde yapıldığını işaret etmektedir.

Koku değerlendirmelerinde modern ürün 4.68 (SS=0.46) puanla geleneksel üründen 4.16 (0.88) daha yüksek bir ortalamaya sahiptir. Her iki ürün de koku açısından oldukça yüksek puanlar almış olmakla birlikte, modern ürünün kokusal özelliklerinin daha istikrarlı bir şekilde beğenildiği söylenebilir. Ancak aradaki fark oldukça yüksektir.

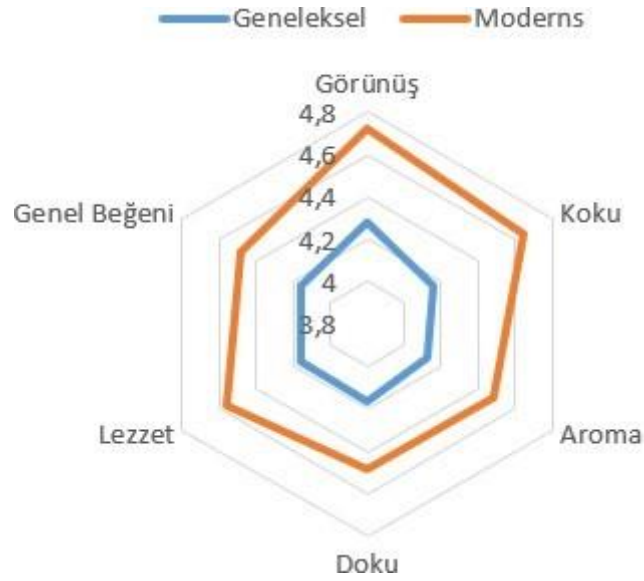
Aroma açısından bakıldığında, modern ürün 4.48 (SS=0.64) puan ile geleneksel ürünün 4.12 (SS=0.78) ortalamasından daha yüksek bir değerlendirme almıştır. Her iki ürün de aromatik olarak olumlu bulunmuş, ancak modern ürünün daha geniş bir beğeni aralığına sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Doku bakımından modern ürün 4.48 (SS=0.70) ile geleneksel üründen 4.16 (SS=0.56) daha yüksek bir ortalama puan almıştır. Bu durum, modern ürünün yapısal özelliklerinin panelistler tarafından daha uygun ve dengeli bulunduğuna işaret etmektedir.

Lezzet değerlendirmelerinde modern ürün 4.56 (SS=0.75) puan alarak geleneksel ürünün 4.16 (SS=0.78) ortalamasına kıyasla daha yüksek bir lezzet memnuniyeti yaratmıştır. Modern ürünün daha yüksek ortalama ve daha düşük sapma ile değerlendirilmesi, damak tadı açısından daha başarılı bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Genel Beğeni açısından ise modern ürün 4.48 (SS=0.70) ortalama ile geleneksel ürünün 4.16 (SS=0.73) ortalamasının üzerinde yer almaktadır. Bu bulgu, panelistlerin genel tercihinde modern ürünün daha yüksek düzeyde memnuniyet oluşturduğunu ve bu beğenin daha tutarlı biçimde paylaşıldığını göstermektedir.

Tüm kriterlerde modern ürün, geleneksel ürüne göre daha yüksek ortalama puanlara sahiptir. En belirgin farklar özellikle görünüş, koku ve lezzet kriterlerinde gözlenmiştir. Modern ürün aynı zamanda genel olarak daha düşük standart sapma değerleriyle değerlendirilmiş, bu da panelistlerin ürün hakkında daha tutarlı ve fikir birliğine yakın değerlendirmeler yaptığını göstermektedir. Bu veriler, modern ürünün duyusal olarak daha beğenildiğini ve değerlendirme açısından daha homojen algılandığını ortaya koymaktadır.



Grafik 1. Fava mezesinin duyuşsal parametrelerinin örümcek ağı tekniğı ile karşılaştırılması

Grafik 1’de geleneksel ve modern fava mezesinin duyuşsal özellikleri karşılaştırılmıştır. Değerlendirme kriterleri görünüş, koku, aroma, doku, lezzet ve genel beğeni olarak sıralanmıştır.

Grafik incelendiğinde, modern ürünün tüm kriterlerde geleneksel ürüne kıyasla daha yüksek puanlar aldığı açıkça görülmektedir. Özellikle “koku”, “aroma”, “lezzet” ve “doku” kriterlerinde modern ürünün belirgin bir üstünlüğü dikkat çekmektedir. Görünüş ve genel beğeni alanlarında da modern ürünün önde olması, tüketici tercihlerinde modern formülasyonun daha cazip bulunduğunu göstermektedir. Bu durum, modern ürünün sadece estetik açıdan değil, aynı zamanda duyuşsal kalite ve tüketici memnuniyeti açısından da daha başarılı olduğunu ortaya koymaktadır.

Modern üretim teknikleri ve formülasyonların, ürünün duyuşsal bütünlüğünü olumlu yönde etkilediği söylenebilmektedir.

Elde edilen veriler, modern ürünün tüketici algısı ve tatminini artırmada geleneksel ürünlere göre daha üstün olduğunu göstermekte ve ürün geliştirme süreçlerinde modern yaklaşımların benimsenmesinin faydalı olabileceğine işaret etmektedir.

Tablo 24. Semizotu mezesi duyuşsal parametrelerinin karşılaştırılması

Kriter	N	Geleneksel Ortalama	Standart Sapma	Modern Ortalama	Standart Sapma
Görünüş	25	4.60	0.64	4.76	0.52
Koku	25	4.48	0.58	4.44	0.76

Aroma	25	4.28	0.73	4.36	0.86
Doku	25	4.44	0.65	4.28	0.73
Lezzet	25	4.48	0.82	4.28	0.89
Genel Beğeni	25	4.60	0.50	4.48	0.71

Tablo 24 geleneksel ve modern semizotu mezelerinin grubuna ilişkin duyusal değerlendirme kriterlerinin ortalama ve standart sapma değerlerini karşılaştırmalı olarak sunmaktadır.

Geleneksel yöntemle hazırlanan ürün görünüş açısından 4.60 ortalama puan alırken (SS = 0.64), modern yöntemle hazırlanan ürün 4.76 ortalama puana ulaşmıştır (SS = 0.52). Her iki yöntem de yüksek görsellik sağlarken, modern yöntem daha fazla beğenilmiştir. Modern yöntemin daha düşük standart sapması ise panelistlerin değerlendirmelerinde daha fazla tutarlılık olduğunu göstermektedir.

Koku kriterinde geleneksel ürün 4.48 ortalama puanla (SS = 0.58), modern ürün ise 4.44 puanla (SS = 0.76) değerlendirilmiştir. Ortalama puanlar birbirine oldukça yakın olmakla birlikte, geleneksel yöntem ile hazırlanan semizotu daha fazla beğenilmiştir. Modern yöntemdeki daha yüksek standart sapma ise kokusal algılamada daha fazla bireysel farklılık olduğu söylenebilmektedir.

Aroma açısından geleneksel ürün 4.28 ortalama puan alırken (SS = 0.73), modern ürün 4.36 ortalama puana sahiptir (SS = 0.86). Her iki yöntem de aromatik özelliklerde olumlu değerlendirilmiş olup, modern yöntem ile hazırlanan semizotu daha fazla beğenilmiştir. Ancak standart sapmanın yüksek olması, aroma algısında bireyler arası çeşitliliği yansıtmaktadır.

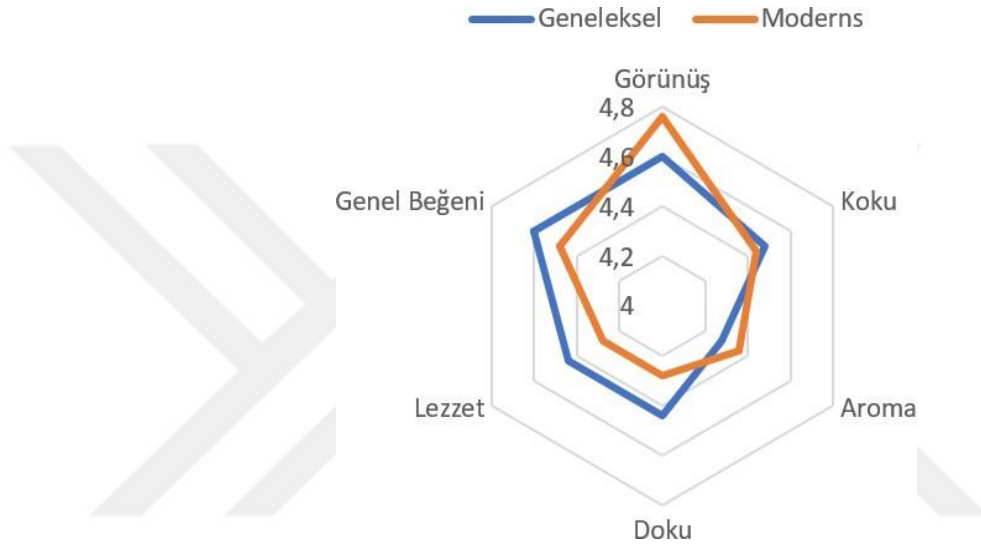
Doku değerlendirmelerinde geleneksel yöntem 4.44 ortalama puanla (SS = 0.65), modern yöntem ise 4.28 ortalama puanla (SS = 0.73) değerlendirilmiştir. Bu bulgu, geleneksel yöntemin ürün dokusu açısından daha olumlu algılandığını göstermektedir. Standart sapmaların yakınlığı, her iki yöntem için de doku değerlendirmelerinde benzer tutarlılıklar olduğunu yansıtmaktadır.

Lezzet açısından geleneksel ürün 4.48 ortalama puana (SS = 0.82), modern ürün ise 4.28 puana (SS = 0.89) sahiptir. Geleneksel yöntem bu kriterde modern yönteme göre daha olumlu değerlendirilmiştir. Bununla birlikte, her iki yöntem de yüksek ortalama değerlerle tüketici memnuniyetini göstermektedir.

Genel beğeni kriterinde geleneksel ürün 4.60 ortalama puanla (SS = 0.50),

modern ürün ise 4.48 puanla (SS = 0.71) değerlendirilmiştir. Geleneksel yöntem genel beğenide daha fazla beğenilmiştir. Ayrıca daha düşük standart sapma, geleneksel yöntemin beğeni düzeyinde daha tutarlı bulunduğunu göstermektedir.

Verilerin tümü ele alındığında görünüş ve aroma kriterlerinde modern ürün daha yüksek ortalama puan almışken; doku, lezzet ve genel beğeni gibi temel duyuşal özelliklerde geleneksel ürün öne çıkmıştır. Koku kriterinde ise her iki ürün benzer düzeyde değerlendirilmiştir. Bu bulgular, modern ürünün duyuşal özellikler açısından daha olumlu ve dengeli bir tüketici algısına sahip olabileceğini söylenebilmektedir.



Grafik 2. Semizotu mezesinin duyuşal parametrelerinin örümcek ağı tekniği ile karşılaştırılması

Grafik 2’de geleneksel ve modern semizotu mezesinin duyuşal değerlendirme bulgularını karşılaştırmaktadır. Değerlendirme kriterleri görünüş, koku, aroma, doku, lezzet ve genel beğeni olarak sıralanmıştır.

Grafikte göze çarpan önemli bir nokta, görünüş kriterinde modern ürünün geleneksel ürüne kıyasla daha yüksek puan almasıdır. Ancak diğer tüm kriterlerde geleneksel ürünün modern üründen daha yüksek puan aldığı görülmektedir. Özellikle “doku”, “lezzet” ve “genel beğeni” gibi duyuşal açıdan çok belirleyici olan özelliklerde geleneksel ürünün belirgin üstünlüğü dikkat çekmektedir.

Elde edilen veriler geleneksel ürünün lezzet, doku ve genel beğeni açısından tüketiciler tarafından daha olumlu karşılandığını göstermektedir. Modern ürün görünüş açısından çekici bulunmasına rağmen, koku, aroma ve özellikle lezzet gibi temel duyuşal unsurlarda geleneksel ürüne göre daha az beğenilmiştir. Bu durum,

tüketicilerin ürün seçiminde sadece dış görünüşe değil, duyuusal deneyimin bütününe önem verdiğini göstermektedir. Geleneksel ürünün duyuusal kalitede modern ürüne göre daha başarılı olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 25. Pilaki mezesi duyuusal parametrelerinin karşılaştırılması

Kriter	N	Geleneksel Ortalama	Standart Sapma	Modern Ortalama	Standart Sapma
Görünüş	25	4.00	1.08	4.40	0.86
Koku	25	4.04	0.67	4.28	0.73
Aroma	25	4.00	0.86	4.32	0.74
Doku	25	4.12	0.82	4.16	0.94
Lezzet	25	4.28	0.84	4.36	0.63
Genel Beğeni	25	4.20	0.76	4.28	0.79

Tablo 25’te geleneksel ve modern pilaki mezelerinin duyuusal değerlendirme kriterlerine ilişkin ortalama ve standart sapma değerlerini karşılaştırmalı olarak sunmaktadır.

Geleneksel yöntemle hazırlanan ürün, görünüş kriterinde 4.00 ortalama puan alırken ($SS = 1.08$), modern yöntemle hazırlanan ürün 4.40 ortalama puana ulaşmıştır ($SS = 0.86$). Bu bulgu, modern yöntemin ürünün görsel sunumunu olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Ayrıca modern yöntemin daha düşük standart sapması, değerlendirmelerde daha yüksek tutarlılığa işaret etmektedir.

Koku açısından geleneksel ürün 4.04 ortalama puanla ($SS = 0.67$), modern ürün ise 4.28 ortalama puanla ($SS = 0.73$) değerlendirilmiştir. Her iki yöntemin de kokusal kaliteyi yüksek düzeyde sağladığı görüldüğüde, modern yöntem daha olumlu değerlendirilmiştir. Standart sapmalar birbirine yakın düzeydedir, bu da algıdaki homojenliğin her iki grup için benzer olduğunu göstermektedir.

Aroma kriterinde geleneksel ürün 4.00 ortalama puana ($SS = 0.86$), modern ürün ise 4.32 ortalama puana ($SS = 0.74$) sahiptir. Bu bulgu, modern yöntemle hazırlanan ürünlerin aromatik niteliklerinin daha zengin bulunduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca modern yöntemin daha düşük standart sapma ile daha tutarlı bir aroma algısı sunduğu anlaşılmaktadır.

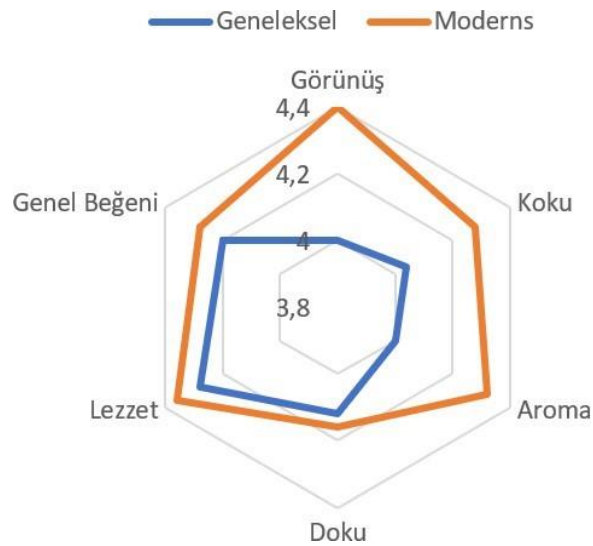
Doku açısından geleneksel ürün 4.12 ortalama puan ($SS = 0.82$), modern ürün ise 4.16 puan ($SS = 0.94$) almıştır. Bu kriterde iki yöntem arasında belirgin bir fark bulunmamakta, her ikisi de benzer düzeyde olumlu değerlendirilmiştir. Standart sapmanın modern üründe daha yüksek olması, panelistlerin doku algılarında daha fazla

çeşitlilik olduğunu göstermektedir.

Lezzet değerlendirmesinde geleneksel yöntem 4.28 ortalama puan ($SS = 0.84$), modern yöntem ise 4.36 ortalama puan ($SS = 0.63$) ile daha olumlu bulunmuştur. Özellikle modern yöntemin daha düşük standart sapmaya sahip olması, ürünün lezzet açısından daha homojen bir beğeni düzeyi yakaladığını göstermektedir.

Genel beğeni açısından geleneksel ürün 4.20 ortalama puanla ($SS = 0.76$), modern ürün ise 4.28 ortalama puanla ($SS = 0.79$) değerlendirilmiştir. Her iki yöntem de yüksek beğeni seviyesine sahip olmakla birlikte, modern yöntemin daha fazla tercih edildiği görülmektedir. Standart sapmaların benzer olması, panelistlerin genel beğeni düzeyinde benzer çeşitlilikte görüşler sunduğunu göstermektedir.

Verilerin tümü ele alındığında modern ürün, görünüş, koku, aroma, lezzet ve genel beğeni kriterlerinde geleneksel ürüne kıyasla daha yüksek ortalama puanlara sahiptir. Doku kriterinde ise gruplar arası fark oldukça düşüktür. Ayrıca modern ürünün genel olarak daha düşük standart sapmalara sahip olması, panelist değerlendirmelerinde daha fazla tutarlılık olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, modern ürünün duyuşal özellikler açısından daha olumlu ve dengeli bir tüketici algısına sahip olabileceğini ortaya koymaktadır.



Grafik 3. Pilaki mezesinin duyuşal parametrelerinin örümcek ağı tekniği ile karşılaştırılması

Grafik 3'te geleneksel ve modern pilaki mezesinin duyuşal değerlendirme sonuçları karşılaştırılmıştır. Değerlendirme kriterleri olarak görünüş, koku, aroma, doku, lezzet ve genel beğeni yer almaktadır.

Grafik incelendiğinde, modern ürün tüm kriterlerde geleneksel ürüne göre daha

yüksek puanlar almıştır. Özellikle “görünüş”, “aroma” ve “koku” gibi tüketici algısında ilk etkiyi oluşturan özelliklerde modern ürün belirgin şekilde öne çıkmaktadır. “Doku” ve “lezzet” açısından da modern ürünün üstünlüğü dikkat çekmektedir. “Genel beğeni” kriterinde de modern ürünün daha fazla tercih edildiği görülmektedir.

Bu bulgular, modern ürünün hem duyuşal kalite açısından daha başarılı olduğunu hem de tüketici memnuniyetini artırma potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Görünüş gibi ilk izlenimi etkileyen faktörlerde modern ürünün açık farkla önde olması, pazarlama ve satış başarısını da olumlu yönde etkileyebilir. Grafik verileri modern ürünün tüm duyuşal kriterlerde geleneksel ürüne üstünlük sağladığını ortaya koymakta ve yenilikçi yaklaşımların ürün geliştirmede önemli bir avantaj sunduğunu göstermektedir.

Tablo 26. Zeytinyağlı enginar duyuşal parametrelerinin karşılaştırılması

Kriter	N	Geleneksel Ortalama	Standart Sapma	Modern Ortalama	Standart Sapma
Görünüş	25	4.40	0.91	4.80	0.57
Koku	25	4.28	0.84	4.72	0.61
Aroma	25	4.32	0.80	4.36	0.86
Doku	25	4.32	0.85	4.48	0.77
Lezzet	25	4.28	0.83	4.40	0.76
Genel Beğeni	25	4.36	0.81	4.56	0.76

Tablo 26’da geleneksel ve modern enginar mezelerinin çeşitli duyuşal kriterlere göre ortalama puanlarını ve standart sapmalarını karşılaştırmalı olarak sunmaktadır.

Geleneksel yöntemle hazırlanan ürün, görünüş açısından 4.40 ortalama puan almış ($SS = 0.91$), modern yöntemle hazırlanan ürün ise bu kriterde 4.80 ortalama puana ulaşmıştır ($SS = 0.57$). Modern yöntem ürünün görsel açıdan daha çok beğenildiğini göstermektedir. Modern ürünün daha düşük standart sapması ise değerlendirmelerin daha tutarlı olduğunu göstermektedir.

Koku kriterinde geleneksel ürün 4.28 ortalama puanla ($SS = 0.84$), modern ürünün ise 4.72 ortalama puanla ($SS = 0.61$) değerlendirilmiştir. Modern yöntemin kokusal nitelikleri daha fazla beğenildiğini görülmektedir. Aynı zamanda modern yöntemin daha düşük standart sapma ile daha homojen bir koku algısı sunduğu anlaşılmaktadır.

Aroma açısından geleneksel ürün 4.32 ortalama puana ($SS = 0.80$), modern ürün

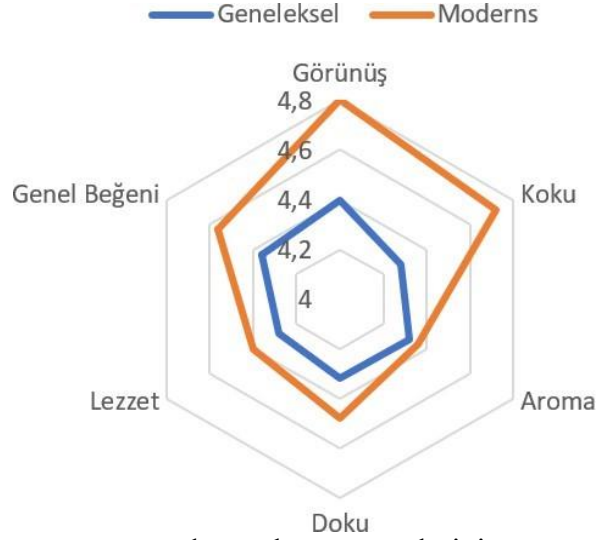
ise 4.36 ortalama puana sahiptir ($SS = 0.86$). Her iki yöntem de yüksek aromatik değerlere sahip olmakla birlikte, modern ürünün aroma ortalaması daha yüksek beğeniye sahip olduğu görülmektedir. Standart sapmaların birbirine yakın olması, aroma algısında homojenlik düzeylerinin benzer olduğunu göstermektedir.

Doku kriterinde geleneksel ürün 4.32 ortalama puanla ($SS = 0.85$), modern ürün ise 4.48 ortalama puanla ($SS = 0.77$) sahiptir. Modern yöntemin dokusal yapıyı olumlu etkilediğini göstermektedir. Ayrıca standart sapmanın azalması, modern yöntemin dokuda daha tutarlılık sunduğunu ortaya koymaktadır.

Lezzet değerlendirmesinde geleneksel ürün 4.28 ortalama puan ($SS = 0.83$), modern ürün ise 4.40 puan ($SS = 0.76$) almıştır. Modern yöntemin lezzet üzerindeki etkisinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca, standart sapmanın düşmesi modern ürünün daha tutarlı bir lezzet profili sunduğunu göstermektedir.

Genel beğeni açısından geleneksel ürün 4.36 ortalama puanla ($SS = 0.81$), modern ürün ise 4.56 ortalama puanla ($SS = 0.76$) değerlendirilmiştir. Bu fark, modern yöntemin genel tüketici beğenisini artırdığını göstermektedir. Standart sapmadaki düşüş, değerlendirmeler arasındaki görüş birliğinin arttığını ortaya koymaktadır.

Modern ürün, görünüş, koku, doku, lezzet ve genel beğeni kriterlerinde geleneksel ürüne göre daha yüksek ortalama puanlara sahiptir. Aroma kriteri dışında tüm başlıklarda modern ürün lehine bir fark gözlenmektedir. Ayrıca modern ürünün standart sapmalarının genel olarak daha düşük olması, panelist değerlendirmelerinin daha istikrarlı ve tutarlı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgular, modern ürünün tüketici beğenisi açısından genel olarak daha avantajlı bir konumda olduğunu ortaya koymaktadır.



Grafik 4. Enginar mezesinin duyuşal parametrelerinin örümcek ağı tekniğı ile karşılaştırılması

Grafik 4’te geleneksel ve modern enginar mezesinin duyuşal özelliklere göre değerlendirme puanları karşılaştırılmıştır. Değerlendirme kriterleri arasında görünüş, koku, aroma, doku, lezzet ve genel beğeni yer almaktadır.

Grafik incelendiğinde modern ürünün, özellikle “görünüş” ve “koku” kriterlerinde geleneksel ürüne göre belirgin şekilde daha yüksek puanlar aldığı görülmektedir. “Aroma” ve “doku” açısından da modern ürün daha olumlu değerlendirilmiş, ancak farklar daha sınırlı kalmıştır. “Lezzet” kriterinde geleneksel ürünle modern ürün birbirine yakın değerlere sahiptir. “Genel beğeni” açısından ise modern ürün yine daha yüksek puan alarak tüketici tarafından daha fazla tercih edilmiştir. Modern ürünün özellikle ilk izlenimi etkileyen görünüş ve koku gibi duyuşal özelliklerdeki üstünlüğü, tüketici beğenisini artırıcı önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, modern yaklaşımlarla geliştirilen ürünlerin pazardaki kabulünü kolaylaştırabileceğini göstermektedir.

Tablo 27. Deniz börülcesi mezesi duyuşal parametrelerinin karşılaştırılması

Kriter	N	Geleneksel Ortalama	Standart Sapma	Modern Ortalama	Standart Sapma
Görünüş	25	3.88	0.97	4.40	0.86
Koku	25	3.92	1.08	4.36	0.75
Aroma	25	3.72	1.24	4.20	0.91
Doku	25	3.88	1.05	4.40	0.81
Lezzet	25	3.76	1.16	4.24	1.01
Genel Beğeni	25	3.92	1.04	4.24	0.87

Tablo 27’de geleneksel ve modern deniz börülcesi mezelerinin duyuşal

özellikler açısından ortalama puanlarını ve standart sapmalarını karşılaştırmalı olarak sunmaktadır.

Geleneksel yöntemle hazırlanan ürün, görünüş açısından 3.88 ortalama puanla değerlendirilirken ($SS = 0.97$), modern yöntemle hazırlanan ürün 4.40 ortalama puana ulaşmıştır ($SS = 0.86$). Bu fark, modern yöntemin ürünün görsel açıdan daha beğenilir olmasını sağladığını göstermektedir. Ayrıca, modern yöntemdeki daha düşük standart sapma değeri, değerlendirmelerdeki tutarlılığın arttığını ortaya koymaktadır.

Koku kriterinde geleneksel ürün 3.92 ortalama puan ($SS = 1.08$) alırken, modern ürün bu kriterde 4.36 puanla ($SS = 0.75$) daha yüksek değerlendirilmiştir. Modern yöntemin kokusal özellikler üzerinde olumlu bir etkisi olduğu görülmektedir. Standart sapmadaki azalma ise modern yöntemin daha homojen bir koku profili sağladığını göstermektedir.

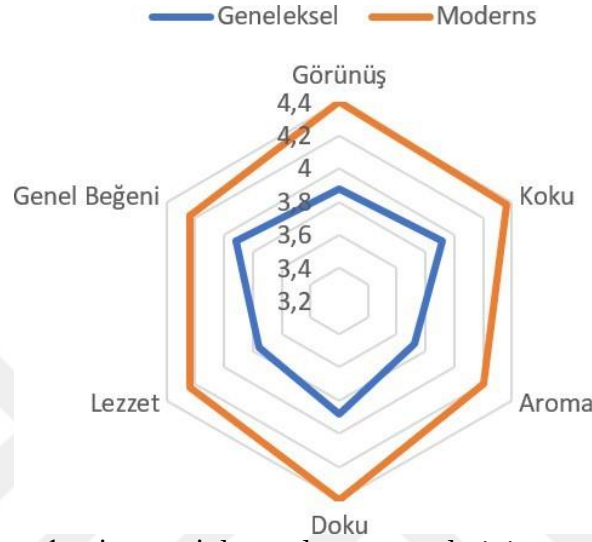
Aroma açısından geleneksel ürün 3.72 ortalama puanla ($SS = 1.24$) değerlendirilirken, modern ürün 4.20 ortalama puana ($SS = 0.91$) sahiptir. Modern yöntemin aromatik kaliteyi iyileştirdiği anlaşılmaktadır. Aynı zamanda daha düşük standart sapma değeri, modern üründe aroma algısının daha istikrarlı olduğunu göstermektedir.

Doku kriterine ilişkin olarak geleneksel ürün 3.88 ortalama puan ($SS = 1.05$) alırken, modern yöntemle hazırlanan ürün 4.40 puanla ($SS = 0.81$) daha yüksek değerlendirilmiştir. Bu durum, modern yöntemin dokusal kaliteyi artırdığına işaret etmektedir. Ayrıca standart sapmanın düşmesi, modern yöntemin daha tutarlı bir doku sağladığını göstermektedir.

Lezzet değerlendirmelerinde geleneksel ürün 3.76 ortalama puan ($SS = 1.16$) ile modern ürünün 4.24 puanlık ortalamasından düşük kalmıştır ($SS = 1.01$). Modern yöntemin lezzet deneyimini olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Standart sapmadaki azalma, modern yöntemin lezzet algısında daha dengeli bir sonuç sunduğunu göstermektedir.

Genel beğeni kriterinde geleneksel ürün 3.92 ortalama puanla ($SS = 1.04$), modern ürün ise 4.24 ortalama puanla ($SS = 0.87$) değerlendirilmiştir. Bu fark, modern yöntemin genel beğeniyi artırdığını ortaya koymaktadır. Daha düşük standart sapma değeri ise panelistler arasında modern ürünle ilgili daha fazla görüş birliği olduğunu göstermektedir.

Modern ürün, tüm kriterlerde geleneksel ürüne göre daha yüksek ortalama puanlar almıştır. Özellikle aroma, doku ve lezzet kriterlerinde fark daha belirgindir. Ayrıca modern ürünlerde genel olarak daha düşük standart sapma değerleri gözlenmiş, bu da panelistlerin değerlendirmelerinde daha fazla tutarlılık ve fikir birliği olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, modern ürünün duyuşal açıdan daha çok beğenildiğini ve daha istikrarlı değerlendirmeler aldığını ortaya koymaktadır.



Grafik 5. Deniz börölcesi mezesi duyuşal parametrelerinin örümcek ağı tekniği ile karşılaştırılması

Grafik 5’te geleneksel ve modern deniz börölcesi mezesinin duyuşal değerlendirme sonuçları karşılaştırılmıştır. Kriterler “görünüş”, “koku”, “aroma”, “doku”, “lezzet” ve “genel beğeni” olarak belirlenmiştir.

Grafikteki verilere göre modern ürün, tüm kriterlerde geleneksel ürüne göre daha yüksek puan almıştır. Özellikle “görünüş”, “koku” ve “doku” başlıklarında fark daha belirgin şekilde ortaya çıkmaktadır. “Lezzet” ve “aroma” kriterlerinde de modern ürünün üstünlüğü sürmektedir. “Genel beğeni” değerlendirmesinde ise modern ürünün daha fazla tercih edildiği görülmektedir. Modern ürünlerin duyuşal açıdan tüketici beklentilerini daha fazla karşıladığını ve geleneksel ürünlere kıyasla genel beğeni düzeyini artırabildiğini göstermektedir. Doku ve görünüş gibi fiziksel özelliklerdeki iyileşme, tüketici tercihlerinde önemli bir avantaj yarattığı gözlemlenmiştir.

Tablo 28. Patlıcan salatası duyuşal parametrelerinin karşılaştırılması

Kriter	N	Geleneksel Ortalama	Standart Sapma	Modern Ortalama	Standart Sapma
Görünüş	25	3.52	1.12	4.32	1.03
Koku	25	3.68	1.03	4.28	1.02

Aroma	25	3.56	1.19	4.24	1.13
Doku	25	3.28	1.28	3.76	1.42
Lezzet	25	3.36	1.19	4.12	1.13
Genel Beğeni	25	3.48	1.08	4.16	1.03

Tablo 28’de geleneksel ve modern patlıcan salatası mezelerinin duyuusal değerlendirme kriterlerine göre ortalama puanlarını ve standart sapmalarını karşılaştırmalı olarak ortaya koymaktadır.

Geleneksel yöntemle elde edilen ürün, görünüş açısından 3.52 ortalama puanla (SS = 1.12) değerlendirilirken, modern yöntemde bu değer 4.32’ye yükselmiştir (SS = 1.03). Görünüş puanlarındaki bu artış, modern yöntemin ürünün görsel cazibesini artırdığını göstermektedir. Her iki yöntemdeki benzer standart sapma değerleri, panelist değerlendirmelerinde benzer bir varyasyon olduğunu göstermektedir.

Koku kriterinde modern ürün 4.28 ortalama puan (SS = 1.02) ile geleneksel ürünün 3.68 puanından (SS = 1.03) daha yüksek değerlendirilmiştir. Modern yöntemle elde edilen ürünün kokusal açıdan daha olumlu algılandığı anlaşılmaktadır. Standart sapmaların benzer oluşu, her iki yöntemde de koku algısında benzer derecede panelist farklılığı olduğunu ortaya koymaktadır.

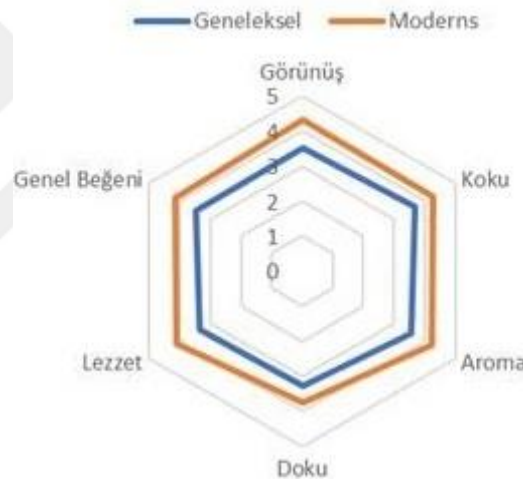
Aroma açısından modern ürün 4.24 ortalama puan (SS = 1.13) ile geleneksel ürünün 3.56 ortalamasından (SS = 1.19) daha yüksek puan almıştır. Bu bulgu, modern yöntemin aromatik özellikleri olumlu yönde etkilediği söylenebilmektedir. Her iki yöntemdeki yüksek standart sapma değerleri, aroma algısında bireyler arasında belirgin farklılıklar olduğunu göstermektedir.

Doku değerlendirmesinde geleneksel ürün 3.28 ortalama puanla (SS = 1.28), modern üründen (Ort. = 3.76, SS = 1.42) daha düşük puan almıştır. Modern yöntemin dokusal yapıyı iyileştirdiği görülse de her iki grupta da yüksek standart sapmalar, panelistlerin dokuya ilişkin değerlendirmelerinde çeşitlilik olduğunu ortaya koymaktadır.

Lezzet kriterine ilişkin olarak, modern ürün 4.12 ortalama puan (SS = 1.13) ile geleneksel ürünün 3.36 puanından (SS = 1.19) daha olumlu değerlendirilmiştir. Bu durum, modern yöntemin lezzet deneyimini artırdığını söylenebilmektedir. Her iki yöntem için benzer standart sapma değerleri, lezzet algısında panelistler arasında benzer derecede farklılık bulunduğunu göstermektedir.

Genel beğeni açısından, modern ürün 4.16 ortalama puanla (SS = 1.03), geleneksel ürünün 3.48 ortalama puanından (SS = 1.08) daha yüksek değerlendirilmiştir. Bu fark, modern yöntemle elde edilen ürünün genel kabul görme düzeyinin daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Her iki yöntemdeki benzer standart sapma değerleri, genel beğeni kriterinde benzer seviyede bireysel farklılık bulunduğunu göstermektedir.

Modern ürün, tüm kriterlerde geleneksel ürüne göre daha yüksek ortalama puan almış, bu da modern ürünün genel olarak daha olumlu algılandığını göstermektedir. Ancak tüm kriterlerde yüksek standart sapma değerleri, panelistlerin değerlendirmelerinin homojen olmadığını, bireysel tercihlerde ciddi farklılıklar bulunduğunu ortaya koymaktadır. Modern ürünün özellikle görünüş, koku ve aroma kriterlerinde belirgin avantaj sağladığı görülmektedir.



Grafik 6. Patlıcan salatası duyuşal parametrelerinin örümcek ağı tekniği ile karşılaştırılması

Grafik 6’da geleneksel ve modern olarak sunulan ürünlerin duyuşal değerlendirme bulgularının karşılaştırmalı analizini içermektedir. Değerlendirme kriterleri “görünüş”, “koku”, “aroma”, “doku”, “lezzet” ve “genel beğeni” başlıkları altında toplanmıştır. Grafikteki verilere göre modern ürün, tüm duyuşal kriterlerde geleneksel ürüne kıyasla daha yüksek puan almıştır. Özellikle “koku”, “aroma” ve “doku” kriterlerinde modern ürün lehine belirgin bir fark gözlemlenmektedir. “Görünüş” ve “lezzet” başlıklarında ise fark daha sınırlı olmakla birlikte, yine de modern ürünün avantajlı olduğu görülmektedir. “Genel beğeni” değerlendirmesinde modern ürünün daha fazla tercih edildiği anlaşılmakta ve bu durum tüketici algısında modern ürünlerin daha olumlu karşılandığını göstermektedir. Elde edilen bulgular,

modern ürünlerin duyuşal açıdan tüketici beklentilerini daha yüksek düzeyde karşılayabildiğini ve özellikle aroma ile doku gibi deneyimsel kriterlerde geleneksel yaklaşımların önüne geçtiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 29. Acılı ezme duyuşal parametrelerinin karşılaştırılması

Kriter	N	Geleneksel Ortalama	Standart Sapma	Modern Ortalama	Standart Sapma
Görünüş	25	3.79	0.92	4.44	0.87
Koku	25	3.96	1.21	4.40	0.85
Aroma	25	3.56	1.26	4.52	0.65
Doku	25	3.76	1.20	3.44	0.82
Lezzet	25	3.80	1.15	4.48	0.71
Genel Beğeni	25	3.64	1.22	4.40	0.91

Tablo 29’da geleneksel ve modern acılı ezme mezelerinin duyuşal değerlendirme kriterlerine göre ortalama puanlarını ve standart sapmalarını karşılaştırmalı olarak sunmaktadır.

Geleneksel yöntemde hazırlanan ürün, görünüş açısından 3.79 ortalama puanla (SS = 0.92) değerlendirilirken, modern yöntemle hazırlanan ürün 4.44 ortalama puan (SS = 0.87) almıştır. Modern yöntemin daha yüksek ortalama puanla değerlendirilmesi, bu yöntemin görsel çekiciliği artırdığını göstermektedir. Her iki yöntemdeki düşük standart sapma değerleri, panelistler arasında bu kriterle ilgili değerlendirmelerin görece tutarlı olduğunu ortaya koymaktadır.

Koku kriterinde modern ürün 4.40 ortalama puan (SS = 0.85) alarak, geleneksel ürünün 3.96 puanından (SS = 1.21) daha yüksek değerlendirilmiştir. Modern yöntemin kokusal özelliklerde daha olumlu bir izlenim yarattığı söylenebilir. Ayrıca, modern yöntemdeki daha düşük standart sapma, panelistler arasında daha fazla fikir birliği olduğunu göstermektedir.

Aroma açısından modern ürün 4.52 ortalama puan (SS = 0.65) ile geleneksel ürünün 3.56 ortalama puanından (SS = 1.26) belirgin şekilde daha yüksek değerlendirilmiştir. Bu durum, modern yöntemin aromatik zenginliği artırdığına işaret etmektedir. Ayrıca, modern yöntemde düşük standart sapma değeri, aromaya ilişkin değerlendirmelerde yüksek tutarlılığı ortaya koymaktadır.

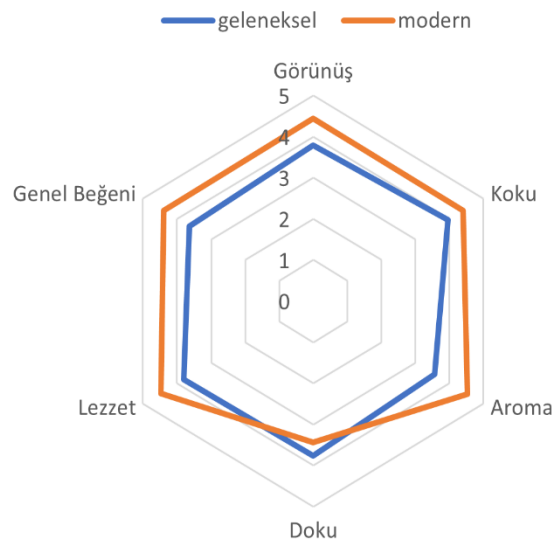
Doku kriterinde geleneksel ürün 3.76 ortalama puan (SS = 1.20) alırken, modern ürün 3.44 ortalama puanla (SS = 0.82) daha düşük değerlendirilmiştir. Bu bulgu, modern yöntemin dokusal özellikleri olumsuz etkileyebileceğine işaret etmektedir.

Geleneksel yöntemde daha yüksek standart sapma değeri, dokusal algının bireyler arasında daha değişken olduğunu göstermektedir.

Lezzet açısından modern ürün 4.48 ortalama puan ($SS = 0.71$) ile geleneksel ürünün 3.80 puanından ($SS = 1.15$) daha yüksek değerlendirilmiştir. Bu durum, modern yöntemin lezzet profilini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Ayrıca, modern yöntemdeki daha düşük standart sapma değeri, lezzet algısında panelistler arasında daha fazla tutarlılık olduğunu ortaya koymaktadır.

Genel beğeni kriterinde modern ürün 4.40 ortalama puan ($SS = 0.91$) ile geleneksel ürünün 3.64 ortalamasından ($SS = 1.22$) daha olumlu değerlendirilmiştir. Bu bulgu, modern yöntemin tüketiciler tarafından genel anlamda daha fazla beğeni topladığını göstermektedir. Standart sapmalar, geleneksel yöntemde genel beğeni konusunda daha fazla bireysel farklılık bulunduğunu ifade etmektedir.

Modern ürün, görünüş, koku, aroma, lezzet ve genel beğeni kriterlerinde geleneksel ürüne göre daha yüksek puanlar almıştır. Doku kriteri ise tek istisna olup, geleneksel ürün lehine bir fark gözlemlenmiştir. Modern ürünün düşük standart sapma değerleri, panelistler arasında bu ürüne dair daha tutarlı ve olumlu bir algı olduğunu göstermektedir. Buna karşın geleneksel ürünlerde bazı kriterlerde yüksek varyanslar gözlemlenmiştir; bu da farklı bireysel tercihlere işaret etmektedir. Modern ürün genel anlamda daha olumlu değerlendirilmiş; özellikle aroma, lezzet ve genel beğeni kriterlerinde anlamlı üstünlük göstermiştir.



Grafik 7. Acılı ezme mezesinin duyu parametrelerinin örümcek ağı tekniği ile karşılaştırılması

Grafik 7’de görüldüğü gibi geleneksel ve modern acılı ezme mezesinin duysal değerlendirme bulgularının karşılaştırmalı analizini içermektedir. Değerlendirme kriterleri “görünüş”, “koku”, “aroma”, “doku”, “lezzet” ve “genel beğeni” başlıklarında toplanmıştır. Grafikte yer alan verilere göre, modern ürün tüm kriterlerde geleneksel ürüne göre daha yüksek puan almıştır. Özellikle “görünüş”, “koku” ve “aroma” kriterlerinde modern ürünün lehine belirgin farklar gözlemlenmiştir. “Doku” ve “lezzet” açısından da modern ürün üstünlük göstermekte olup, “genel beğeni” değerlendirmesinde modern ürünün açık şekilde daha fazla tercih edildiği görülmektedir. Bu bulgular, modern ürünlerin duysal açıdan tüketici beklentilerini daha yüksek düzeyde karşıladığını ve özellikle lezzet, doku ve genel izlenim açısından geleneksel ürüne kıyasla daha olumlu değerlendirildiğini göstermektedir. Fiziksel ve duysal niteliklerdeki bu gelişmeler, modern tariflerin tüketici tercihlerinde avantaj sağladığını ortaya koymaktadır.

Tablo 30. Atom mezesi duysal parametrelerinin karşılaştırılması

Kriter	N	Geleneksel Ortalama	Standart Sapma	Modern Ortalama	Standart Sapma
Görünüş	25	3.80	1.12	4.44	1.16
Koku	25	4.04	1.02	4.36	0.99
Aroma	25	3.80	1.35	4.12	1.20
Doku	25	4.04	1.02	4.24	1.20
Lezzet	25	3.76	1.36	4.08	1.26
Genel Beğeni	25	3.88	1.20	4.16	1.21

Tablo 30’da geleneksel ve modern atom mezelerinin duysal değerlendirme kriterlerine göre ortalama puanlarını ve standart sapmalarını karşılaştırmalı olarak sunmaktadır.

Geleneksel yöntemde hazırlanan ürün, görünüş açısından 3.80 ortalama puanla ($SS = 1.12$) değerlendirilirken, modern yöntemle hazırlanan ürün 4.44 ortalama puan ($SS = 1.16$) almıştır. Bu durum, modern yöntemin ürünün görsel çekiciliğini artırdığını göstermektedir. Her iki yöntemde de standart sapma değerlerinin yüksek olması, panelistlerin görünüşe ilişkin değerlendirmelerinde fikir ayrılıkları yaşadığını söylenebilmektedir.

Koku kriterinde modern ürün 4.36 ortalama puan ($SS = 0.99$) ile geleneksel ürünün 4.04 puanından ($SS = 1.02$) daha yüksek puan almıştır. Her iki yöntemin de benzer standart sapma değerlerine sahip olması, kokusal özelliklerin panelistler tarafından benzer düzeyde tutarlılıkla algılandığını göstermektedir. Modern yöntemle

hazırlanan ürünün daha yüksek ortalama puanı ise kokunun daha olumlu değerlendirildiğini göstermektedir.

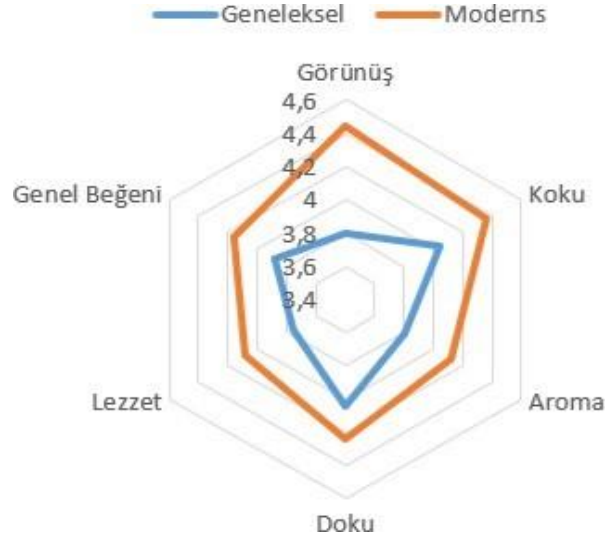
Aroma açısından modern ürün 4.12 ortalama puan ($SS = 1.20$) alırken, geleneksel ürün 3.80 ortalama puan ($SS = 1.35$) ile daha düşük değerlendirilmiştir. Bu durum, modern yöntemin aromatik profilin daha güçlü algılanmasını sağladığını söylenebilmektedir. Ancak her iki yöntemde de yüksek standart sapma değerleri, aromaya ilişkin bireysel algı farklılıklarının fazla olduğunu ortaya koymaktadır.

Modern ürünün dokusal özellikleri 4.24 ortalama puan ($SS = 1.20$) ile değerlendirilirken, geleneksel ürün 4.04 ortalama puan ($SS = 1.02$) almıştır. İki yöntem arasındaki ortalama fark düşük olmakla birlikte, modern yöntemin dokusal algıyı olumlu etkilediği söylenebilir. Bununla birlikte yüksek standart sapmalar, dokunun bireylerce farklı şekillerde yorumlandığını göstermektedir.

Lezzet kriterinde modern ürün 4.08 ortalama puan ($SS = 1.26$) ile geleneksel ürünün 3.76 puanından ($SS = 1.36$) daha yüksek değerlendirilmiştir. Bu bulgu, modern yöntemin lezzet açısından daha olumlu bir izlenim bıraktığını göstermektedir. Her iki yöntemde de yüksek standart sapma değerleri, lezzet algısında bireysel farklılıkların belirgin olduğunu göstermektedir.

Genel beğeni açısından modern ürün 4.16 ortalama puan ($SS = 1.21$) ile geleneksel ürünün 3.88 ortalamasından ($SS = 1.20$) daha olumlu değerlendirilmiştir. Her iki ürün de yüksek puanlarla değerlendirilmiş olsa da, modern yöntemin daha fazla beğeni topladığı görülmektedir. Standart sapmaların benzer olması, genel beğenideki bireysel algı farklılıklarının her iki ürün için de paralel düzeyde olduğunu göstermektedir.

Modern ürün, tüm duyuşsal kriterlerde geleneksel ürüne kıyasla daha yüksek ortalama puanlar almıştır. Bu durum, modern ürünün genel olarak daha beğenildiğini göstermektedir. Ancak standart sapmaların tüm kriterlerde yüksek olması, değerlendirmelerde bireysel farklılıkların etkili olduğunu ve duyuşsal özelliklerin herkes tarafından aynı şekilde algılanmadığını göstermektedir. Modern ürün duyuşsal değerlendirme açısından daha olumlu algılanmış; özellikle görünüş, aroma ve genel beğeni açısından dikkat çeken üstünlükler ortaya koymaktadır.



Grafik 8. Atom mezesi duyuşal parametrelerinin örümcek ağı tekniğı ile karşılaştırılması

Grafik 8’de geleneksel ve modern atom mezesinin duyuşal değerlendirme kriterleri doğrultusunda karşılaştırmalı analizini sunmaktadır. Değerlendirme ölçütleri “görünüş”, “koku”, “aroma”, “doku”, “lezzet” ve “genel beğeni” başlıkları altında toplanmıştır. Grafikte yer alan verilere göre modern ürün, tüm kriterlerde geleneksel ürüne kıyasla daha yüksek puan almıştır. Özellikle “görünüş”, “koku” ve “aroma” kriterlerinde modern ürün lehine dikkat çekici farklar gözlemlenmektedir. “Doku” ve “lezzet” başlıklarında da modern ürünün üstünlüğü sürmekte olup, “genel beğeni” değerlendirmesinde modern ürünün belirgin şekilde daha fazla tercih edildiği görülmektedir. Bu durum, modern ürünlerin hem fiziksel hem de duyuşal açıdan tüketici beklentilerini daha yüksek düzeyde karşılayabildiğini göstermektedir. Özellikle aroma ve görünüş gibi ilk izlenim yaratan duyuşal özelliklerdeki gelişim, modern ürünlerin tercih edilirliliğini artıran önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir.

Tablo 31. Humus mezesi duyuşal parametrelerinin karşılaştırılması

Kriter	N	Geleneksel Ortalama	Standart Sapma	Modern Ortalama	Standart Sapma
Görünüş	25	3.60	1.15	4.80	0.40
Koku	25	4.24	1.05	4.56	0.65
Aroma	25	4.16	1.03	4.40	0.70
Doku	25	4.40	0.86	4.56	0.76
Lezzet	25	4.08	0.95	4.40	0.76
Genel Beğeni	25	4.08	0.97	4.56	0.65

Tablo 31’de geleneksel ve modern humus mezelerinin duyuşal değerlendirme

kriterlerine göre ortalama puanlarını ve standart sapmalarını karşılaştırmalı olarak sunmaktadır.

Modern yöntemle hazırlanan ürün, görünüş açısından 4.80 ortalama puan ($SS = 0.40$) alarak oldukça yüksek bir değerlendirme elde etmiştir. Geleneksel yöntemle hazırlanan ürün ise 3.60 ortalama puan ($SS = 1.15$) ile modern ürünün oldukça gerisinde kalmıştır. Bu durum, modern yöntemin ürünün dış görünümünü daha çekici ve iştah açıcı kıldığını göstermektedir. Ayrıca modern ürünün düşük standart sapma değeri, panelistler arasında görünüşe ilişkin değerlendirmelerin oldukça tutarlı olduğunu ortaya koymaktadır. Geleneksel üründe ise yüksek standart sapma, değerlendirmelerdeki çeşitliliğe ve subjektif farklılıklara işaret etmektedir.

Koku değerlendirmesinde modern ürün 4.56 ortalama ($SS = 0.65$) ile geleneksel ürünün 4.24 ortalamasından ($SS = 1.05$) daha yüksek bir beğeni kazanmıştır. Bu fark, modern yöntemin aroma maddelerinin daha etkili biçimde açığa çıkmasına olanak tanıdığını söylenebilmektedir. Yine, modern üründe standart sapmanın düşük olması, kokusal niteliklerin tüketiciler tarafından benzer şekilde algılandığını; dolayısıyla ürünün homojen bir koku profiline sahip olduğunu göstermektedir.

Aroma açısından modern ürün 4.40 ortalama puan ($SS = 0.70$) ile değerlendirilmiş, geleneksel ürün ise 4.16 ortalama ($SS = 1.03$) ile daha düşük bir puan almıştır. Modern yöntemle hazırlanan ürün, lezzet-koku bütünlüğü açısından daha başarılı bulunmuştur. Standart sapmalar karşılaştırıldığında, modern ürünün daha düşük sapma göstermesi aromatik profilin dengeli ve istikrarlı olduğuna işaret ederken; geleneksel yöntemde bireylerin algılarının daha değişken olduğu görülmektedir.

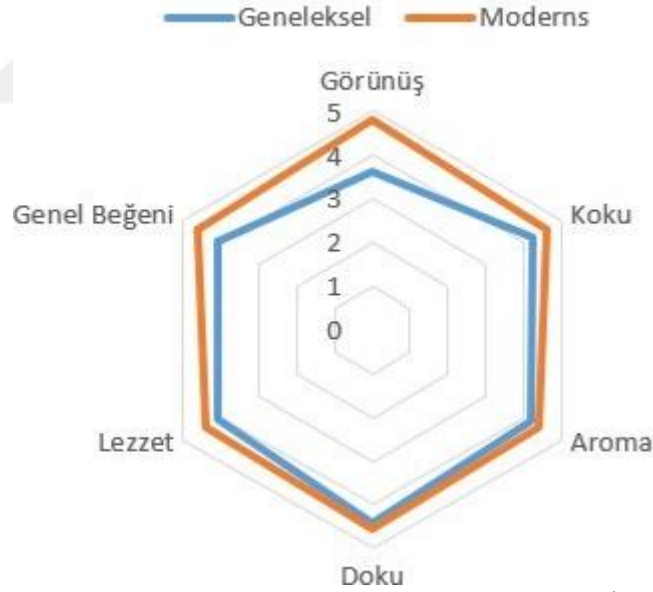
Doku kriterinde modern ürün 4.56 ($SS = 0.76$), geleneksel ürün ise 4.40 ($SS = 0.86$) ortalama ile değerlendirilmiştir. Modern üretim süreci, ürünün yapısal bütünlüğünü koruyarak daha ideal bir doku sunmuş olabilir. Panelistlerin modern ürünün dokusunu daha tutarlı ve olumlu şekilde değerlendirmesi, bu yöntemin yapısal kalite üzerinde pozitif etkisi olduğunu göstermektedir.

Lezzet değerlendirmelerinde modern ürün 4.40 ($SS = 0.76$) ortalama ile öne çıkarken, geleneksel ürün 4.08 ($SS = 0.95$) ortalama ile daha düşük kalmıştır. Lezzet gibi kompleks bir kriterde modern ürünün daha yüksek puan alması, kullanılan yöntemin lezzet bütünlüğünü ve malzeme dengesini daha başarılı biçimde sunduğunu

söylenilmektedir. Ayrıca modern üründe daha düşük standart sapma değeri, lezzet deneyiminin panelistler arasında daha homojen algılandığını göstermektedir.

Genel beğeni açısından modern ürün, 4.56 ortalama ($SS = 0.65$) ile geleneksel ürünün 4.08 ortalamasından ($SS = 0.97$) belirgin şekilde yüksek bir puan almıştır. Bu fark, modern yöntemle hazırlanan ürünün tüketiciler tarafından genel olarak daha çok tercih edildiğini göstermektedir. Ayrıca, daha düşük standart sapma değeri, modern ürünün tüm panelistlerde benzer derecede olumlu bir izlenim bıraktığını göstermektedir. Bu bulgular, modern üretim sürecinin hem teknik hem de duyuşsal açıdan tüketici beklentilerine daha uygun ürünler ortaya koyduğunu desteklemektedir.

Modern ürün, tüm duyuşsal kriterlerde geleneksel ürüne göre daha yüksek puanlar almış ve özellikle görünüş ve genel beğeni açısından dikkat çekici bir üstünlük sergilemiştir. Modern ürünün düşük standart sapmaları, duyuşsal özellikler bakımından daha tutarlı ve homojen bir beğeni kazandığını ortaya koymaktadır. Modern ürün hem ortalama değerler hem de değerlendirme tutarlılığı bakımından geleneksel ürüne göre daha olumlu bulunmuştur.



Grafik 9. Humus mezesi duyuşsal parametrelerinin örümcek ağı tekniği ile karşılaştırılması

Grafik 9’da geleneksel ve modern humus mezesinin duyuşsal özellikler bakımından karşılaştırmalı değerlendirmesini içermektedir. Değerlendirme kriterleri “görünüş”, “koku”, “aroma”, “doku”, “lezzet” ve “genel beğeni” olarak belirlenmiştir. Grafikteki bulgulara göre modern ürün, tüm kriterlerde geleneksel ürüne kıyasla daha yüksek puan almıştır. Ancak bu fark, önceki grafiklere kıyasla daha sınırlı

düzyededir. Özellikle “görünüş” ve “koku” kriterlerinde modern ürünün daha fazla öne çıktığı gözlemlenmektedir. “Aroma”, “doku” ve “lezzet” başlıklarında ise puanlar birbirine oldukça yakın olmakla birlikte, yine de modern ürünün üstünlük sağladığı görölmektedir. “Genel beğeni” açısından da modern ürün daha fazla tercih edilmiş, ancak bu fark minimum düzeydedir. Bu bulgular, modern ürünlerin duysal açıdan tüketici beklentilerini daha iyi karşıladığını, ancak geleneksel ürünlerin de bu kriterlerde rekabetçi düzeyde değerlendirildiğini göstermektedir. Özellikle lezzet ve doku gibi temel özelliklerdeki yakınlık, geleneksel ürünlerin tercih edilebilirliğini koruduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 32. Haydari mezesi duysal parametrelerinin karşılaştırılması

Kriter	N	Geleneksel Ortalama	Standart Sapma	Modern Ortalama	Standart Sapma
Görünüş	25	4.48	0.71	4.72	0.61
Koku	25	4.08	0.95	4.40	0.81
Aroma	25	3.88	1.03	4.40	0.86
Doku	25	4.08	0.95	4.40	0.64
Lezzet	25	3.64	1.11	4.24	0.92
Genel Beğeni	25	3.80	0.91	4.40	0.86

Tablo 32’de geleneksel ve modern haydari mezelerinin duysal değerlendirme kriterlerine göre ortalama puanlarını ve standart sapmalarını karşılaştırmalı olarak sunmaktadır.

Modern yöntemle hazırlanan ürün, görünüş açısından 4.72 ortalama puan ($SS = 0.61$) ile değerlendirilmiş ve geleneksel yöntemle göre (Ort. = 4.48; $SS = 0.71$) daha yüksek bir beğeni düzeyine ulaşmıştır. Her iki yöntem de yüksek puanlarla değerlendirilmiş olsa da, modern yöntemin daha düşük standart sapma değeri, panelistlerin ürünün görsel niteliklerinde daha fazla fikir birliğine vardığını göstermektedir. Bu durum, modern yöntemin ürünün sunum estetiği açısından daha istikrarlı sonuçlar verdiğini ortaya koymaktadır.

Koku kriterinde modern ürün 4.40 ortalama puan ($SS = 0.81$) ile geleneksel ürünün 4.08 puanından ($SS = 0.95$) daha yüksek değerlendirilmiştir. Bu fark, modern yöntemin uçucu aroma bileşenlerinin daha etkili serbest kalmasını sağladığını söylenebilmektedir. Ayrıca daha düşük standart sapma, modern ürünün kokusal özelliklerinin panelistler tarafından daha tutarlı şekilde algılandığını ifade etmektedir.

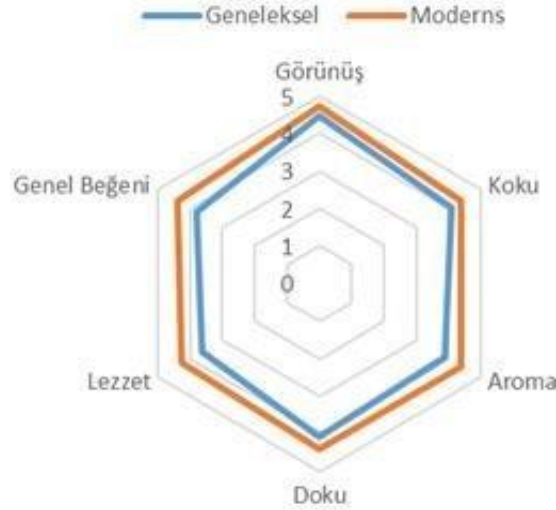
Aroma değerlendirmelerinde modern ürün 4.40 ortalama ($SS = 0.86$) ile

geleneksel ürünün 3.88 ortalamasına ($SS = 1.03$) kıyasla belirgin bir avantaja sahiptir. Modern yöntem, lezzet ve koku birleşimini daha başarılı bir şekilde yansıtarak duyuşal deneyimi olumlu yönde etkilemiştir. Geleneksel yöntemdeki yüksek standart sapma ise aromatik niteliklerin daha değişken algılandığını göstermektedir

Modern ürün dokusal açıdan 4.40 ortalama ($SS = 0.64$) ile geleneksel ürünün 4.08 ortalamasından ($SS = 0.95$) daha üstün değerlendirilmiştir. Daha düşük standart sapma, modern yöntemin üründe daha homojen bir doku sunduğunu ve tüketiciler arasında bu özelliğın daha benzer şekilde algılandığını ortaya koymaktadır. Bu bulgu, modern işlemin ürünün yapısal tutarlılığını artırdığını göstermektedir.

Lezzet değerlendirmelerinde modern ürün 4.24 ortalama puan ($SS = 0.92$) olarak geleneksel ürünün 3.64 puanına ($SS = 1.11$) göre belirgin biçimde daha olumlu değerlendirilmiştir. Modern yöntemin lezzet unsurlarını daha etkili biçimde ortaya çıkardığı, ürünün genel lezzet profiline olumlu katkı sunduğı söylenebilir. Ayrıca, standart sapma değerinin daha düşük olması, lezzetin panelistler arasında daha tutarlı şekilde algılandığını göstermektedir.

Genel beğeni açısından modern yöntemle hazırlanan ürün, 4.40 ortalama puan ($SS = 0.86$) ile geleneksel yöntemin 3.80 ortalamasından ($SS = 0.91$) daha yüksek değerlendirilmiştir. Bu bulgu, genel olarak modern yöntemle elde edilen ürünün duyuşal bütünlük açısından daha tatmin edici bulunduğunu göstermektedir. Ayrıca, düşük standart sapma değeri, modern ürünün tüketiciler arasında daha homojen bir beğeni oluşturduğunu göstermektedir. Modern ürün, tüm duyuşal kriterlerde daha yüksek ortalamalara sahiptir. Özellikle lezzet, aroma ve genel beğeni alanlarında belirgin üstünlük sergilemiştir. Bu durum, modern ürünün tüketici açısından daha cazip bir alternatif olduğunu göstermektedir. Modern üretim yöntemlerinin duyuşal kalite üzerinde olumlu etkiler yarattığı söylenebilmektedir.



Grafik 10. Haydari mezesi duyuşsal parametrelerinin örümcek ağı tekniğı ile karşılaştırılması

Grafik 10’da geleneksel ve modern haydari mezesinin duyuşsal özellikler bakımından karşılaştırmalı değerlendirmesini içermektedir. Değerlendirme kriterleri “görünüş”, “koku”, “aroma”, “doku”, “lezzet” ve “genel beğeni” olmak üzere altı temel duyuşsal değerlendirme kriterine göre karşılaştırmalı analizini sunmaktadır. Elde edilen verilere göre, geleneksel ürün birçok kriterde modern ürüne kıyasla daha yüksek puan almıştır. Özellikle “doku”, “lezzet” ve “genel beğeni” kriterlerinde geleneksel ürünün belirgin bir üstünlüğü dikkat çekmektedir. “Görünüş” ve “koku” açısından ise iki ürün grubu arasında görece daha sınırlı bir fark gözlemlenmektedir. “Aroma” kriterinde ise her iki ürün benzer değerlere sahiptir. Bu bulgular, geleneksel ürünlerin duyuşsal deneyim açısından tüketici beklentilerini büyük ölçüde karşıladığını ve özellikle lezzet ile yapı bakımından daha yüksek bir beğeni düzeyine ulaştığını göstermektedir. Sonuç olarak, geleneksel ürünlerin özgün lezzet ve dokularının, tüketici tercihleri üzerinde olumlu bir etki yarattığı ve genel değerlendirme düzeyini artırdığı söylenebilir.

Tablo 33. Mezelerin genel beğeni karşılaştırma sonuçları

Meze	Kriter	N	Geleneksel Ortalama	Standart Sapma	Modern Ortalama	Standart Sapma
Fava	Genel Beğeni	25	4.16	0.73	4.48	0.70
Semizotu		25	4.60	0.50	4.48	0.71
Pilaki		25	4.20	0.76	4.28	0.79
Enginar		25	4.36	0.81	4.56	0.76
Deniz Börülcesi		25	3.92	1.04	4.24	0.87
Patlıcan Salatası		25	3.48	1.08	4.16	1.03
Acılı Ezme		25	3.64	1.22	4.40	0.91
Atom		25	3.88	1.20	4.16	1.21

Humus	25	4.08	0.97	4.56	0.65
Haydari	25	3.80	0.91	4.40	0.86

Tablo 33 incelendiğinde geleneksel ve modernize edilmiş meze çeşitlerine yönelik tüketici genel beğeni düzeyleri, modern sunumların panelistler üzerinde genel olarak daha olumlu bir algı yarattığı görülmektedir. Fava, humus, enginar ve acılı ezme gibi mezelerde modernize edilmiş versiyonların ortalama beğeni puanları sırasıyla 4.48, 4.56, 4.56 ve 4.40 ile geleneksel sunumlara kıyasla daha yüksek değerler almıştır. Özellikle humus ve enginar gibi ürünlerde fark dikkat çekici düzeydedir. Bununla birlikte, semizotu mezesi istisnai bir durum sergilemekte ve geleneksel sunumu ($X=4.60$) modernize edilmiş versiyona göre ($X=4.48$) daha yüksek bir beğeni ortalamasına sahip olmaktadır. Bu durum, bazı geleneksel lezzetlerin panelistler nezdinde hâlen yüksek düzeyde kabul gördüğünü ve geleneksel yapının bu mezede daha etkili olduğunu göstermektedir. Diğer yandan, patlıcan salatası, acılı ezme ve atom gibi mezelerde ise modern sunumların geleneksel sunumlara kıyasla oldukça belirgin şekilde daha fazla beğeni toplamıştır. Tüm mezeler için standart sapma değerlerinin genel olarak 0.5 ile 1.2 arasında değiştiği gözlemlenmiş, bu da bireysel beğeni farklılıklarının mevcut olduğunu ancak dağılımın aşırı dağılmadığını göstermektedir. Elde edilen bu bulgular, meze türüne bağlı olarak modernizasyonun tüketici beğenisi üzerinde farklı etkiler yaratabileceğini ve bazı geleneksel lezzetlerde modern dokunuşların algıyı olumlu yönde değiştirebildiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 34. Mezelerin cinsiyete göre genel beğeni sonuçları

Meze	Kriter	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma
Fava	Geleneksel	Kadın	8	4.18	0.728
		Erkek	17	4.13	0.835
	Modern	Kadın	8	4.65	0.606
		Erkek	17	4.13	0.835
Semizotu	Geleneksel	Kadın	8	3.84	0.712
		Erkek	17	3.81	0.680
	Modern	Kadın	8	3.95	0.862
		Erkek	17	3.80	0.726
Pilaki	Geleneksel	Kadın	8	4.06	0.082
		Erkek	17	4.50	0.535
	Modern	Kadın	8	4.00	0.831
		Erkek	17	4.50	0.744
Enginar	Geleneksel	Kadın	8	4.24	0.825
		Erkek	17	4.38	0.830
	Modern	Kadın	8	4.65	0.702
		Erkek	17	4.38	0.916
Deniz Börülcesi	Geleneksel	Kadın	8	3.82	1.016
		Erkek	17	4.13	1.133
	Modern	Kadın	8	4.06	0.899
		Erkek	17	4.63	0.744
Patlıcan		Kadın	8	3.65	0.996

Salatası	Geleneksel	Erkek	17	3.13	1.255
	Modern	Kadın	8	4.29	0.849
Acılı Ezme	Geleneksel	Erkek	17	3.88	1.390
		Kadın	8	3.59	1.183
	Modern	Erkek	17	3.75	1.399
		Kadın	8	4.53	0.717
	Geleneksel	Erkek	17	4.13	1.250
		Kadın	8	4.35	0.702
Atom	Modern	Erkek	17	4.00	1.140
		Kadın	8	4.71	0.588
	Geleneksel	Erkek	17	3.75	0.764
		Kadın	8	3.98	0.642
	Modern	Erkek	17	4.41	0.71
		Kadın	8	4.58	0.354
Humus	Geleneksel	Erkek	17	3.63	1.060
		Kadın	8	3.88	0.857
	Modern	Erkek	17	4.50	1.130
		Kadın	8	4.53	0.717
	Geleneksel	Erkek	17	4.50	1.130
		Kadın	8	4.53	0.717

Tablo 34’te fava mezesi incelendiğinde, geleneksel fava kadınlar ($\bar{X}=4.18$) ve erkekler ($\bar{X}=4.13$) tarafından benzer düzeyde beğenilmiştir. Ancak modern versiyonunda kadın panelistlerin ortalaması ($\bar{X}=4.65$), erkeklerden ($\bar{X}=4.13$) belirgin biçimde daha yüksektir. Bu durum, modernleştirilmiş favanın özellikle kadın panelistler arasında daha olumlu karşılandığını göstermektedir.

Semizotu mezesi incelendiğinde, hem geleneksel hem modern sunumda kadın ve erkeklerin beğeni düzeyleri oldukça yakındır. Geleneksel semizotu kadınlarca 3.84, erkeklerce 3.81 ortalama ile değerlendirilmiştir. Modern semizotunda da benzer bir eğilim görülmektedir (kadın: 3.95; erkek: 3.80). Bu bulgu, semizotu mezesi için modernizasyonun cinsiyet bazlı algıda önemli bir fark yaratmadığını göstermektedir.

Pilaki mezesi incelendiğinde, erkek panelistlerin hem geleneksel ($\bar{X}=4.50$) hem de modern ($\bar{X}=4.50$) pilakiyi kadın panelistlerden (geleneksel $\bar{X}=4.06$; modern $\bar{X}=4.00$) daha yüksek puanladıkları görülmektedir. Bu bulgu, erkeklerin pilakiye karşı daha olumlu bir tutum sergilediklerine işaret etmektedir.

Enginar mezesi incelendiğinde, modern enginar kadın panelistler arasında ($\bar{X}=4.65$) yüksek beğeniyle karşılanmışken, erkeklerde bu değer 4.38’dir. Geleneksel sunumda ise her iki cinsiyetin ortalamaları birbirine yakın seyretmektedir. Bu durum, kadınların çağdaş sunumlarla enginarı daha çekici bulduklarını söylenebilmektedir.

Deniz Börülcesi mezesi incelendiğinde geleneksel versiyon erkeklerce ($\bar{X}=4.13$) kadınlardan ($\bar{X}=3.82$) daha çok beğenilmiştir. Ancak modern sunumda erkeklerin beğeni ortalaması 4.63’e yükselmiş, kadınlarınki ise 4.06 olmuştur. Erkek panelistlerin

özellikle modernize edilmiş deniz börölcesine karşı daha yüksek bir beğeni geliştirdiği söylenebilir.

Patlıcan Salatası mezesi incelendiğinde, kadın panelistler modern versiyonu ($\bar{X}=4.29$) gelenekselden ($\bar{X}=3.65$) daha yüksek puanlarken, erkeklerde benzer bir artış gözlemlense de beğeni düzeyleri kadınlara kıyasla düşüktür (modern: $\bar{X}=3.88$; geleneksel: $\bar{X}=3.13$). Bu bulgu, kadınların modern patlıcan salatasını daha fazla tercih ettiğini göstermektedir.

Acılı Ezme mezesi incelendiğinde, geleneksel sunumda erkeklerin ($\bar{X}=3.75$) kadınlardan ($\bar{X}=3.59$) daha yüksek puan verdiği görölmektedir. Ancak modern versiyon kadın panelistler arasında belirgin biçimde daha fazla beğenilmiştir (kadın: $\bar{X}=4.53$; erkek: $\bar{X}=4.13$). Kadınların modern acılı ezmeye karşı daha güçlü bir olumlu algıya sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Atom mezesi incelendiğinde, geleneksel atom kadınlarca ($\bar{X}=4.35$), erkeklerden ($\bar{X}=3.88$) daha yüksek beğeni almıştır. Modern atom ise kadınlar tarafından en yüksek ortalama puanı alan mezelerden biri olmuştur ($\bar{X}=4.71$). Erkeklerde bu değer daha düşüktür ($\bar{X}=4.00$). Bu durum, modern sunumun özellikle kadın panelistler açısından atom mezesi üzerinde pozitif bir etki yarattığını ortaya koymaktadır.

Humus mezesi incelendiğinde, geleneksel humus kadınlarca ($\bar{X}=3.75$) erkeklerden ($\bar{X}=3.98$) daha düşük puanlanmıştır. Modern sunumda ise her iki cinsiyetin beğeni düzeyleri artmıştır. Erkeklerin modern humusa yönelik beğenisi ($\bar{X}=4.58$), kadınlarınkinden ($\bar{X}=4.41$) daha yüksektir. Bu bulgu, erkeklerin modernize edilmiş humusa daha olumlu yaklaşıtlarını göstermektedir.

Haydari mezesi incelendiğinde, geleneksel haydari, kadınlar ($\bar{X}=3.88$) ve erkekler ($\bar{X}=3.63$) tarafından benzer düzeyde beğenilmiştir. Ancak modern haydari kadın panelistler arasında daha yüksek puanlanmıştır ($\bar{X}=4.53$), erkeklerde ise bu değer 4.50'dir. Bu bulgu, her iki cinsiyetin de modern haydariyi geleneksel versiyona kıyasla daha fazla tercih ettiğini ortaya koymaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, mezelerin modern sunumları her iki cinsiyet tarafından da genel olarak geleneksel versiyonlara kıyasla daha fazla beğeni toplamıştır. Ancak, sayıca daha fazla olan erkek panelsitlerin verileri ortalamaları daha fazla etkilemektedir. Erkek panelistler bazı mezelerde (örneğin pilaki, deniz börölcesi, humus) geleneksel sunumlara daha yüksek ya da benzer düzeyde beğeni gösterirken,

kadın panelistler özellikle atom, acılı ezme ve enginar gibi modernize edilmiş mezelere daha yüksek puan vermiştir. Bu durum, modern sunumların özellikle kadın tüketiciler üzerinde daha olumlu bir algı oluşturduğunu, erkeklerin ise bazı geleneksel lezzetlere daha bağlı kaldığını göstermektedir. Dolayısıyla cinsiyet, meze tercihlerinde etkili bir değişken olarak öne çıkmakta, fakat genel eğilim modern sunumların beğeni düzeyini artırdığı yönündedir.

5.3. Meze Kriterlerinin Genel Beğeni Parametresi Bulguları

Görünüş kriteri incelendiğinde modern yorumlar, mezelerin büyük çoğunluğunda görsel olarak daha yüksek puanlarla değerlendirilmiştir. Özellikle humus (4.80), enginar (4.80) ve haydari (4.72) modern sunumda dikkat çekici biçimde öne çıkmıştır. Bu durum, modern gastronomi yaklaşımlarının tabak düzeni, renk uyumu ve sunum estetiği açısından başarılı sonuçlar verdiğini göstermektedir. Geleneksel sunumlarda ise yalnızca semizotu mezesi (4.60), modern versiyona kıyasla aynı görsellik düzeyini yakalayabilmiştir. Bu bulgular, modernizasyonun özellikle görsellik konusunda olumlu katkı sağladığını ortaya koymaktadır.

Koku kriteri incelendiğinde modern yorumlarda mezelerin koku puanları genel olarak daha yüksektir. En yüksek koku puanları enginar (4.72), fava (4.68), humus (4.56) ve atom (4.36) gibi modern sunumlara aittir. Bu artış, malzeme tazeliği, ısıtma teknikleri ve baharat kullanımındaki değişimlerin aromatik uçucuların daha iyi salınmasına katkıda bulunduğunu söylenebilmektedir. Geleneksel sunumlar genellikle daha düşük koku puanları almıştır; örneğin, geleneksel acılı ezme (3.96) ve deniz börülcesi (4.04), modern versiyonlara göre daha az etkileyici bulunmuştur.

Aroma açısından da modern yorumlar baskın şekilde öndedir. Acılı ezme (4.52), fava (4.68), pilaki (4.32) ve haydari (4.36) gibi mezeler, modern sunumda daha belirgin ve zengin aromalara sahip olarak değerlendirilmiştir. Bu bulgu, aromanın sadece içerikte değil, aynı zamanda pişirme tekniği, malzeme oranları ve sunum sıcaklığı gibi faktörlerden etkilendiğini göstermektedir. Geleneksel yorumlarda aroma daha sade ve bastırılmış kalmış olabilir; bu da modern tekniklerin aromayı ortaya çıkarma gücünü ön plana çıkarmaktadır.

Doku kriteri, bazı mezelerde geleneksel yorumların öne çıktığı tek alan olmuştur. Örneğin, geleneksel acılı ezme (3.76) ve haydari (4.16) daha yüksek doku puanlarına sahiptir. Bu durum, modern yorumların bazı durumlarda geleneksel kıvam,

yoğunluk ya da tane yapısını yeterince koruyamamış olabileceğini göstermektedir. Ancak genel eğilim modern yorum lehinedir. Özellikle enginar (4.48), deniz börülcesi (4.40) ve fava (4.40) modern sunumda dokusal olarak oldukça başarılı bulunmuştur. Doku, mezelerin ağızda bıraktığı his açısından kritik olduğundan, bu alandaki gelişmeler tüketici tatmini açısından önemlidir.

Lezzet kriterinde modern yorumlar belirgin şekilde öndedir. Fava (4.56), humus (4.40), acılı ezme (4.48) ve enginar (4.32) gibi mezelerde modern sunumlar daha lezzetli bulunmuştur. Bu bulgu modern mutfağın lezzet bileşenlerini daha dengeli bir şekilde sunduğunu ve geleneksel reçeteleri geliştirerek lezzet profilini optimize ettiğini göstermektedir. Geleneksel sunumlar arasında yalnızca semizotu mezesi (4.48) daha yüksek lezzet puanı almış ve geleneksel tadın hâlâ güçlü bir kabul gördüğünü ortaya koymuştur.

Genel beğeni açısından modern yorumlar açık bir üstünlük göstermektedir. En yüksek genel beğeni puanları humus (4.56), enginar (4.56), fava (4.48) ve acılı ezme (4.40) modern versiyonlara aittir. Bu durum, görünüş, aroma, lezzet ve doku gibi tüm bileşenlerin bütüncül değerlendirmesinde modern sunumların tüketici memnuniyetini daha fazla sağladığını ortaya koymaktadır. Geleneksel sunumlar arasında sadece semizotu mezesi (4.60) modern yoruma üstünlük kurmuştur; bu da belirli mezelerin geleneksel lezzetlere olan bağlılıkla hâlâ yüksek beğeni alabildiğini göstermektedir.

Tüm bu bilgiler incelendiğinde, duyuşal özelliklerin her biri açısından değerlendirildiğinde, modern yorumların özellikle görsellik, aroma, lezzet ve genel beğeni kriterlerinde bariz üstünlük sağladığı görülmektedir. Doku konusunda ise mezeye özgü olarak değişen sonuçlar ortaya çıkmakta, bazı geleneksel versiyonlar hâlâ tercih edilmektedir. Bu durum, gastronomik modernizasyonun geleneksel lezzetleri bozmadan, görsel ve aromatik açıdan zenginleştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Bu araştırma, İstanbul ilinde faaliyet gösteren restoranlarda servis edilen geleneksel ve modern meze sunumlarının, tüketicilerin lezzet algısı üzerindeki etkilerini karşılaştırmalı olarak incelemeyi amaçlamıştır. Türk mutfağının önemli bir parçası olan meze kültürü, bu çalışma kapsamında hem geleneksel hem de modern gastronomi yaklaşımlarıyla ele alınarak; görsellik, koku, aroma, doku, lezzet ve genel beğeni kriterleri doğrultusunda 25 panelist ile duyu analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler, gastronomik sunumun yalnızca görsel bir unsur olmadığını, aynı zamanda lezzet algısına doğrudan etki eden çok boyutlu bir deneyim sunduğunu ortaya koymuştur.

Araştırma bulgularına göre modern sunumlar, özellikle görsellik alanında belirgin bir üstünlük göstermiştir. Humus (4.80), Enginar (4.80) ve Haydari (4.72) gibi mezeler modern tabak düzeni, renk kontrastı ve sade estetik anlayışıyla daha yüksek puanlar alırken, geleneksel sunumlarda yalnızca Semizotu mezesi (4.60) bu düzeye yaklaşabilmiştir. Bu durum, görme duyusunun tat algısına olan etkisini ve modern gastronomik stilin bu algıyı nasıl güçlendirdiğini ortaya koymaktadır.

Koku ve aroma kriterlerinde de modern yorumlar öne çıkmıştır. Enginar (4.72), Fava (4.68), Humus (4.56) ve Atom (4.36) gibi mezeler modern versiyonlarında daha yüksek değerlendirmeler almış; bu da malzeme tazeliği, uygun ısıtma ve baharat kullanımındaki farkların uçucu bileşenleri daha iyi açığa çıkardığını düşündürmektedir. Aynı şekilde aroma açısından Acılı Ezme (4.52), Pilaki (4.32) ve Haydari (4.36) gibi mezeler modern yorumlarıyla daha zengin ve belirgin tat profilleri sergilemiştir.

Doku açısından ise bazı geleneksel mezeler öne çıkmıştır. Özellikle Acılı Ezme (3.76) ve Haydari (4.16) geleneksel sunumlarında, panelistler tarafından daha dengeli ve alışılmış kıvamda bulunmuştur. Ancak Enginar (4.48), Fava (4.40) ve Deniz Börülcesi (4.40) gibi modern sunumlar da bu alanda başarılı olmuş; bu da modern gastronomi tekniklerinin, dokusal bütünlük konusunda gelişim gösterdiğini ortaya koymuştur.

Lezzet kriterinde, modern sunumlar genel olarak daha yüksek puanlarla değerlendirilmiştir. Fava (4.56), Acılı Ezme (4.48), Humus (4.40) ve Enginar (4.32), modern tariflerle daha lezzetli bulunmuş; yalnızca Semizotu mezesi (4.48), geleneksel

versiyonuyla daha yüksek bir lezzet puanı almıştır. Bu durum, bazı geleneksel tatların hâlâ güçlü bir beğeniye sahip olduğunu göstermektedir.

Genel beğeni açısından da modern yorumlar açık ara önde yer almıştır. Humus (4.56), Enginar (4.56), Fava (4.48) ve Acılı Ezme (4.40) modern sunumlarda en yüksek puanlara ulaşmış; sadece Semizotu mezesi (4.60), geleneksel yorumu ile modern sunuma üstünlük sağlamıştır. Bu durum, sunumun yalnızca estetik değil; aynı zamanda lezzet, aroma ve doku gibi duysal unsurlarla birlikte değerlendirildiğinde, tüketici memnuniyeti üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, meze gibi kültürel açıdan köklü ve simgesel öneme sahip yiyeceklerin, modern sunum teknikleriyle yeniden yorumlandığında, tüketici algısı ve memnuniyeti üzerinde önemli bir etki yarattığını göstermiştir. Ancak bazı geleneksel özelliklerin, özellikle dokusal tercihlerde, hâlâ tercih edildiği göz önüne alınmalıdır. Bu bağlamda, gastronomik modernizasyonun; geleneksel lezzetleri ve kültürel hafızayı koruyarak, görsel ve duysal açıdan zenginleştirici bir anlayışla ilerlemesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Elde edilen bulgular, gastronomi alanında sunumun önemine dikkat çekerken, Türk mutfağının evrensel gastronomi sahnesinde özgünlük ve estetikle daha görünür olmasına katkı sağlayabilecek niteliktedir.

Bu araştırma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda, gastronomi sektörüne, eğitim kurumlarına ve akademik çalışmalara katkı sağlayabilecek çeşitli öneriler aşağıda sunulmuştur:

- Araştırma bulguları, mezelerin modern sunum teknikleriyle servis edilmesinin tüketici beğenisini artırdığını göstermiştir. Bu nedenle yiyecek-içecek işletmelerinde çalışan şeflerin ve sunum sorumlularının görsel sunum estetiği, renk uyumu, tabak düzeni ve yaratıcı dokunuşlar konularında eğitilmesi önerilmektedir.

- Üniversitelerin gastronomi ve mutfak sanatları programlarında yer alan ders içeriklerine “Görsel Sunum Teknikleri”, “Duysal Analiz” ve “Gıda Estetiği” gibi uygulamalı dersler dâhil edilmelidir. Bu sayede öğrenciler, yalnızca tat üretimi değil, aynı zamanda bu tatların nasıl algılandığına dair bilimsel bilgiyle donatılacaktır.

- Araştırmada geleneksel mezelerin doku açısından hâlâ yüksek beğeni aldığı görülmüştür. Bu durum, kültürel damak alışkanlıklarının önemini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, yerel mutfakların geleneksel reçeteleri kayıt altına alınmalı, gastronomi literatürüne kazandırılmalı ve modern mutfakla sentezlenerek yaşatılması

sağlanmalıdır.

- Sunum estetiği, yalnızca tabak düzenlemesiyle sınırlı kalmamalı; koku, doku, lezzet dengesi gibi diğer duysal bileşenlerle birlikte düşünülmelidir. Bu bütüncül yaklaşım, müşteri memnuniyetini ve marka sadakatini doğrudan etkileyecektir (Spence, 2015).

- Bu araştırma 25 kişilik bir panelist grubuyla gerçekleştirilmiştir. Daha geniş örneklem gruplarıyla yapılacak araştırmalar, cinsiyet, yaş, sosyoekonomik durum ve gastronomik bilgi düzeyine göre farklı tüketici gruplarının algı ve tercihlerini karşılaştırma fırsatı sunacaktır.

- Özellikle İstanbul gibi kültürel çeşitliliği yüksek şehirlerde meze kültürü, restoranların kimliğini güçlendiren bir unsura dönüştürülebilir. Bu bağlamda sunum estetiği, özgün tarifler ve yerel malzemelerle hazırlanan mezeler, destinasyon markalaşmasında etkili bir araç olarak değerlendirilebilir.

- Sosyal medya, yemek blogları ve gastronomi temalı dijital mecralar, estetik sunumların tanıtımı için önemli bir araçtır. Restoranlar, modern ve özgün meze sunumlarını bu mecralarda paylaşarak hem müşteri kitlesini artırabilir hem de görsel lezzet algısı oluşturabilir.

KAYNAKÇA

- Acurol, E., & Acurol, A. (2010). *Rakı balık ayvalık*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Aksoy, M., & Sezgi, G. (2017). Moleküler mutfak tekniklerinin duysal analiz yöntemiyle değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 546–565. <https://jotags.net/index.php/jotags/article/view/1335>.
- Akbulut, U. (2016). Meyhanelerle mukaddes mekanalar arasında mesafe tayini: Sultan II. Abdülhamid devri İstanbul’undan örnekler. *Karadeniz Araştırmaları Dergisi*, 13(49), 211-224.
- Akın, E., & Lambraki, M. (2003). *Aynı sofrada iki ülke: Türk–Yunan mutfakları*. İş Bankası Kültür Yayınları. ISBN 9789754584844
- Allan, T. (2009). Orta Doğu’da yiyecek üretimi. In S. Zubaide & R. Tapper (Eds.), *Orta Doğu mutfak kültürleri* (Ülkün Tansel, Çev.) (ss. xx-xx). Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Altıntaş, N. (2013). Kalıtsal retinopatilerde retina pigment epitelinin önemi ve tünelin sonundaki ışık: Retinitis Pigmentosa / Leber Congenital Amaurosis’in genetiği. *Van Tıp Dergisi*, 20(2), 116–124.
- Altuğ Onoğur, T. & Elmacı, Y. (2011). *Gıdalarda duysal değerlendirme* (2. baskı). Sidas Yayınları.
- Atila, N. (2005). *Batı Anadolu şarap ve zeytinyağı uygarlığı*. Gastro, (27). Metro Yayınları.
- Aydın, K. (2011). Türkiye’de alkollü içki kültürü ve hane halkı alkol harcamaları.
- Aymankuy, Y., & Ceylan, U. (2013). Ailelerin turistik ürün satın alma karar sürecinde çocukların rolü: Yerli turistler üzerinde bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(45), 105–122.
- Belge, M. (2001). *Tarih boyunca yemek kültürü*. İletişim Yayınları.
- Baysal, A., & Küçükarslan, N. (2003). *Beslenme ilkeleri ve menü planlaması*. Ekin Kitabevi.
- Beatty, S., & Talpade, S. (1994). Adolescent influence in family decision making: A replication with extension. *Chicago Journal*, 21, 332–341.
- Belch, M. (2002). Family decision at the turn of the century: Has the changing structure of household impacted the family decision-making process? *Journal of Consumer Behavior*, 2, 111–124.
- Bevlin, M. E. (1994). *Design through discovery* (6. baskı). Harcourt Brace College Publishers.

- Bigalı, Ş. (1976). *Resim sanatı*. Yaylacık Matbaası.
- Bingöl, M., & Özkaya, F. D. (2020). Gastronomi ve mutfak sanatları alanında temel sanat eğitimi uygulamaları. *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 6(1), 175–192. <https://doi.org/10.22252/ijca.733449>
- Boyacı, D. (2019). Duyuların lezzet algısı ve satın alma niyetine etkisi [Yüksek lisans tezi, Adnan Menderes Üniversitesi].
- Bozis, S. (2000). İstanbul lezzeti: İstanbullu Rumların mutfak kültürü (F. Benlisoy & S. Benlisoy, Çev.). Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Büke Hoşgör, S. (2022). Osmanlı İstanbul’unda bakkal meyhaneler. In A. Nilhan Aras, E. Öncüoğlu, O. Kutluoğlu, U. Şumnu, S. Özavcı, IWSA & M. Meriç (Eds.), *Meyhane İhtisas Kitabı* (ss. 43-47). Anason İşleri.
- Büyüköztürk, Ş. (2023) *Bilimsel araştırma yöntemleri* (34. Basım) Pegem Akademi Yayınları
- Cankül, D., & Uslu, N. (2020). Nörogastronomi ve duyuşsal algılama. *Journal of Tourism and Management*, 1(1), 64–74.
- Chef Mezze. (2024). Türk mutfagından meze kültürü: Yöresel tatlardan modern dokunuşlara. <https://chefmezze.com.tr/wp/turk-mutfagindan-meze-kulturu-yoresel-tatlardan-modern-dokunuşlara/>
- Çokuğraş, I. (2016). Bekâr odaları ve meyhaneler Osmanlı İstanbulu'nda marjinalite ve mekân (1789-1839). İstanbul Araştırmaları Enstitüsü.
- Cömert, Y., & Durmaz, Y. (2006). Tüketicinin tatmini ile satın alma davranışlarını etkileyen faktörlere bütünleşik yaklaşım ve Adıyaman ilinde bir alan çalışması. *Journal of Yaşar University*, 1, 351–375.
- Creswell, J. W. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Çakır, E. (2006). *Satın alma kararlarında çocukların rolleri* [Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi].
- Çakmak, A. Ç. (2004). *Firmaların pazara açılma sürecinde markanın etkinliği ve örnek bir uygulama: Mado markası* [Yüksek lisans tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi].
- Çelik, S., Ersoy, N., & Besen, S. (2020). Restoran işletmelerinin yöresel yemeklere yönelik farkındalıkları: Şırnak ili örneği. *Tourism and Recreation*, 2(1), 31–37.
- Çeltek, E. (2004). Motivasyon yönetimi. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 6(1).
- Dalaman Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi. (2020). *Ordövr ve mezeler* (sayfa 6–13). https://dalamanmesem.meb.k12.tr/meb_iys_dosyalar/48/03/327239/dosyalar/2020_09/28194736_Ordovr_Ve_Mezeler-sayfalar-6-13.pdf (Erişim tarihi: 1

Nisan 2025)

Develioğlu, F. (2013). Osmanlıca-Türkçe ansiklopedik lugat: Eski ve yeni harflerle. Aydın Kitabevi Yayınları.

Demirgöl, F. (2018). Çadırdan saraya Türk mutfağı. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(1), 106-122.

De Mooij, M. (2019). *Consumer behavior and culture: Consequences for global marketing and advertising*. SAGE Publications Limited.

Denizer, D. (2005). *Konaklama işletmelerinde yiyecek ve içecek yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Dikici, A. (2001). *Sanat eğitiminde yaratıcılık*. Milli Eğitim Dergisi.

Duman, G., Yılmaz, İ., & Er, A. (2021). Geleneksel yemeklerde dekonstrüksiyon tekniği kullanılarak ürün geliştirme ve duyuşsal analiz – “Çorum Alaca” örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 1318–1338. <https://doi.org/10.21325/jotags.2021.913>.

Duman, M. (2021). *Geleneksel ve modern mutfaklar: Türk mutfağı üzerine bir inceleme*. Ankara: Gıda ve Gastronomi Araştırmaları Derneği.

Elov, O. K., Kholboyeva, M., & Pirmamatova, N. (2024). Consumer behavior and marketing strategy. *World of Scientific news in Science*, 2(2), 722-726.

Engel, J., Blackwell, R., & Miniard, P. (1995). *Consumer behavior*. Florida: The Dryden Press.

Erdem, Ö., Mızrak, M., & Kemer, A. K. (2018, Temmuz). Yöresel yemeklerin bölge restoranlarında kullanılma durumu: Mengen örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 44–61.

Erdinçli, İ. (2019). Yenileşme dönemi İstanbul’unda meyhaneler ve meyhanecilik (1826–1908)

Erdinçli, İ. (2023). 16. Yüzyıldan 20. Yüzyıla İstanbul Meyhane Âlemlerine Eşlik Eden Mezeler ve Yiyecekler. *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 42(73), 151-180.

Eroğlu, G. (2021). *Türk mezeleri Anadolu’da meze kültürü üzerine*. <https://www.rehbername.com/gurme/turk-mezeleri-anadoluda-meze-kulturu-uzerine> (Erişim tarihi: 22 Ocak 2025)

EtimolojiTürkçe. (2024). Meze. <https://www.etimolojiturkce.com/arama/meze> (Erişim tarihi: 14 Ekim 2024)

Foxman, E., & Ekstrom, K. (1989). Family members’ perceptions of adolescents’ influence in family decision making. *Journal of Consumer Research*, 15, 482–491.

Georgeon, F. (2002). Osomans and drinkers: The consumption of alcohol in İstanbul

in the nineteenth century. In E. Rogan (Ed.), *Outside in on the margins of the modern middle east* (pp. 7–30). I.B. Tauris.

Guidelines, G. (2003). *Caribbean*. <https://caribbeanhotelandtourism.com/>

Güler, S. (2008). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(26), 182-196.

Günindi, Y., & Giren, S. (2015). Aile kavramının değişim süreci ve okul öncesi dönemde ailenin önemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (22), 159–183.

Gürer, L. (2004). *Temel tasarım*. Birsan Yayınevi.

Gürman, Ü. (2003). *Yemek pişirme tekniği ve uygulaması* (2. baskı). MEB Yayınları.

Gürsoy, D. (2002). *Çilingir sofralarında rakı mezeleri* (1. Baskı) Oğlak Yayınevi

Gürsoy, D. (2011). *Kuzeyden güneye... Doğudan batıya yöresel mutfağımız* (4. baskı). Oğlak Yayınevi.

Gürsoy, A. (2014). Greek yogurt: High-protein Mediterranean delight. Yayıncı.

Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O., & Şengül, S. (2013). Yöresel yemeklerin kırsal turizm işletmeleri menülerinde kullanım düzeyleri: Gelveri örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(1), 6–11.

<https://acikerisim.aku.edu.tr/xmlui/handle/11630/12594>.

<https://blog.obilet.com/gecmisten-gunumuze-meze-kulturu-en-iyi-meze-tarifleri/>
(Erişim tarihi: 9 Ocak 2025)

Harmandar, S. (2019). Tanzimat’tan II. Meşrutiyet’e İstanbul’da yeme-içme mekanları (Yüksek lisans tezi). Erzurum Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kabasakal, S. (2022). *Tüketici Davranışlarını Belirleyen Faktörlerden Biri Olarak Okul Öncesi (4-6 Yaş Grubu) Çocuğun Aile Satın Alma Kararına Etkisi*, Doktora Tezi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.

Kan, A., Aktaş, Ö., & Özaktan, H. (2010). Baklanın (*Vicia faba* L.) dünya ve Türkiye ekonomisindeki yeri ve önemi (Derleme). *Bitkisel Araştırma Dergisi*, 2, 35–40.

Karabağ, E. (2019). Sosyal medyanın modern mutfak kültürüne etkisi: Meze çeşitleri üzerine bir çalışma. *Gastronomi Dergisi*, 15(2), 212–230.

Keskin, S. (2016). *Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkisi Üzerine Ampirik Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kesmez, M., & Aydın, M. S. (2014). *Rakı cep kitabı* (Vol. 2013). Overteam Yayınları.

- Kloek, G., Somon, S., & de Vries, S. (2017). Explorative research of food presentation on Instagram among young adults. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 49(7).
- Klosse, P. (2014). *The essence of gastronomy: Understanding the flavor of foods and beverages*. CRC Press Taylor & Francis Group.
- Közleme, O. (2012). Türk mutfak kültürü ve din. Rağbet Yayınları.
- Koç, E. (2019). *Tüketici davranışı* (5. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Koçu, R. E. (2015). Eski İstanbul'da meyhaneler ve meyhane köçekleri. Doğan Kitapçılık.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management*. Boston: Pearson.
- Kotler, P. (2001). *Marketing management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Korkmaz, E. (2010). Geçmişten günümüze restoranlar: Türkiye'de restorancılığın gelişimi. V. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, Nevşehir, 120-130.
- Kunt, T. (2004). *Dünya yiyecek içecek ve mutfak terimleri sözlüğü*. Değişim Yayınları.
- Labensky, R. S., & Hause, M. A. (2006). *On cooking: A textbook of culinary fundamentals* (3rd ed.). Pearson Education.
- Lauer, D., & Pentak, S. (1995). *Design basics* (4th ed.). Harcourt Brace College Publishers.
- Lee, J., & Lim, H. (2020). Design matters: Cross-modal correspondences between vision and taste in food advertising. *Journal of Marketing Communications*.
- Liacopoulou, I. (2013). *More than a Greek salad* [Kindle edition].
- Matenopoulos, D. (2014). It's all Greek to me: Transform your health the Mediterranean way with my family's century-old recipes. BenBella Books.
- Medeiros, C. O. & Salay, E. (2013). A review of foodservice selection factors important to the consumer. *Food and Public Health*, 3(4), 176–190. <https://doi.org/10.5923/j.fph.20130304.02>
- MEB. (t.y.). Modern usullerde servis [PDF]. http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Modern%20Usullerde%20Servis.pdf (Erişim tarihi: 10 Ocak 2025)
- Melton, J. V. H. (2011). Aydınlanma Avrupasında kamunun yükselişi (F. B. Aydar, Çev.). Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Mert, H. (2020). *Modern Türk mutfağı ve yenilikçi mutfak trendleri*. Akdeniz Mutfağı Araştırmaları Yayınları.

- Meyhane. (1994). Ana Britannica (Cilt 22, s. 347). Hürriyet Yayınları.
- Mıl, B., & Denk, E. (2015). Erzurum mutfağı yöresel ürünlerin otel restoran menülerinde kullanım düzeyi: Palandöken örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5(2), 1–7.
- Michel, C., Velasco, C., Gatti, E., & Spence, C. (2014). A taste of Kandinsky: Assessing the influence of the artistic visual presentation of food on the dining experience. *Flavour*, 3(1).
- Morgan, J. L. (2006). Culinary creation: An introduction to food service and world cuisine. Elsevier.
- Mucuk, İ. (2009). *Temel pazarlama bilgileri*. Türkmen Kitapevi.
- Namkung, Y., & Jang, S. (2008). Are highly satisfied restaurant customers really different? A quality perception perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(2).
- Nguyen, H. M., Dang, L. A. T. & Ngo, T. T. (2019). The effect of local foods on tourists' recommendations and revisit intentions: The case in Ho Chi Minh City, Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 6(3), 215–223.
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2007). *Tüketici Davranışı*. İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri.
- Odabaşı, Y., & Barış, G. (2007). *Tüketici davranışı*. İstanbul: MediaCat Yayıncılık.
- Odabaşı, Y., & Barış, G. (2017). *Tüketici davranışı* (14. baskı). İstanbul: MediaCat
- Öncü, F., Ögel, K., & Çakmak, D. (2001). Alkol kültürü-1: Tarihsel süreç ve meyhane kültürü. *Bağımlılık Dergisi*, 2(3), 133-138.
- Özabacı, N. ve Özmen, M. (2005). Tüketici Olmayı Nasıl Öğreniyoruz? *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 6(2): 135-147.
- Özata Şahin, E. (2020). Gastronomide güncel bir yaklaşım–Nörogastronomi: Science Direct veri tabanında yayınlanan makaleler üzerine bir inceleme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, Special Issue*(4), 168–178.
- Özdamar, M. (2024). *Tabaktaki sanat: Tabak sunumlarına ilişkin mutfak şeflerinin görüşlerini belirlemeye yönelik bir çalışma* [Yüksek lisans tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi].
- Özel, G., Yıldız, F., & Akbaba, M. (2017). Yöresel yemeklerin restoran menülerinde yer alma düzeyinin belirlenmesi: Kilis mutfağı örneği. *Kesit Akademi Dergisi*, 3(11), 351–364.
- Sarıkaya, N., & Sütütemiz, N. (2004). Tüketicilerin satın alma davranışları ve yaşam tarzı üzerinde renklerin etkisine yönelik bir araştırma. 3. *Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiriler Kitabı*. Eskişehir.

- Shepherd, G. M. (2011). *Neurogastronomy: How the brain creates flavor and why it matters*. Columbia University Press.
- Shepherd, M. G. (2006). Smell images and the flavour system in the human brain.
- Singh, P. (2014). The difference in beliefs, consumer attitudes towards fast-food restaurants in Gwalior Region. *International Journal of Scientific Engineering and Research (IJSER)*, 3(5), 31–36.
- Solomon, M. (1996). *Consumer behavior: Buying, having and being*. New Jersey: Prentice Hall.
- Spence, C. (2012). *Neurogastronomy: How the brain creates flavour and why it matters by Gordon Shepherd*. *Flavour*, 1(1), 1–21.
- Spence, C. (2015). *Multisensory flavor perception*. *Cell*, 161(1), 24–35. <https://doi.org/10.1016/j.cell.2015.03.007>.
- Spence, C. (2017). *Gastrophysics: The new science of eating*. Penguin Publishing.
- Spence, C., Fiszman-Piqueras, B., Michel, C., & Deroy, O. (2014). The plating manifesto (I): From decoration to creation. (3)(6), 1–11.
- Styler, C. (2006). *Working the plate: The art of food presentation*. Wiley & Sons.
- Sümer, B. (2007). *Çocuk tüketicilerin marka algılamalarının seçilmiş ürün grubu bağlamında araştırılması* [Yüksek lisans tezi, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi].
- Şahin, S. Z., & Tosun, C. (2019). Gastronominin müstakil bir turizm ürünü olarak kullanımına ilişkin yerel paydaşların görüşleri: Hatay örneği. *Journal of Gastronomy, Hospitality, and Travel*, 2(1), 20.
- Şengül, S., & Vetürkay, O. (2016). Akdeniz mutfak kültürünün gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *The Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special 1), 86-99.
- Şemseddin Sami. (1899). *Kâmûs-ı Türkî*. İkdam Matbaası.
- Şimşek, A. (2021). Rakı ve Türk rakı sofrasındaki yemek kültürü. *Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (12), 76–95.
- Şimşek, N., Soylu, A., & Durlu-Özkaya, F. (2020). Osmanlı İmparatorluğu’ndan itibaren Anadolu ve Arap Yarımadası’nın mutfak etkileşimleri. *Seyehat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(3).
- Tavşancı, S. (1991). Gıda ürünlerinde tüketicinin satın alma eğilimini etkileyen faktörler ve ambalajlama. *Pazarlama Dünyası Dergisi*, 26(5), 12–15.
- Tek, Ö. B. (1997). *Pazarlama ilkeleri*. Cem Ofset ve Matbaacılık.
- TGDF. (2022). *2023 yılına doğru alkollü içki sektörü tarım ve dış ticaret ekosistemi*

açısından değerlendirilmesi. <https://www.tgdf.org.tr/wp-content/uploads/2022/01/TGDF-2023-yilina-dogru-alkollu-ickisektoru.pdf>
(Erişim tarihi: 22 Ocak 2025).

Tokol, T. (1996). *Pazarlama yönetimi*. Uludağ Yayıncılık.

Tovmasyan, T. (2004). *Sofranız şen olsun: Ninelerimin mutfağından damağımda, aklımda kalanlar* [Anı ve yemek tarifi kitabı]. Aras Yayınları.

Türk Dil Kurumu. (2021). *Türkçe sözlük* (12. baskı). Türk Dil Kurumu Yayınları.

Uçan, S. (2022). Geçmişten günümüze meze kültürü, en iyi meze tarifi.

Uçuk, C. (2017). *Gastronomide tabak tasarım teknikleri ve yenilikçi sunum anlayışları* [Yüksek lisans tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]

Uçuk, C. (2022). *Holistik tabak: Nörogastronomi, gastrofizik ve sinestezi ekseninde yemek sunumunun insanın beğeni algısına olan etkilerinin belirlenmesi* [Doktora tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]

Usta, N. (1979). *Fransız mutfak sanatı*. Nadir Basımevi.

Yaraş, E. (1998). *Ailenin satın alma kararlarında kadının rolü ve Kayseri’de bir uygulama*, Yüksek lisans tezi, Erciyes Üniversitesi.

Yıldırım Saçılık, M., Çevik, S., & Toptaş, A. (2018). Geçmişin mutfağından gelecekteki sofralara: Bandırma-Erdek yöresinin gastronomik mirası. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 300-319.

Yurday, Y. İ., & Kınır, S. (2019). İstanbul’da bulunan birinci sınıf restoranların menülerinin gastronomi turizmi kapsamında karşılaştırmalı analizi üzerine bir araştırma: Tripadvisor örneği. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(20), 318-341.

Zat, E. (2012). *Rakı: The spirit of Turkey*. İstanbul: Overtime Publishing.

Zheng, L. H., Kuo, Y. Z., Lo, J., Chang, Y. J., & Wang, Y. S. (2011). Making meals both appealing and healthy: A food presentation simulation system. *C&C '21*, Italy.

EKLER

GELENEKSEL MEZELERİN MODERN SUNUMLARINDA TÜKETİCİ BEĞENİSİNİN BELİRLENMESİ

Tüketici Beğeni Anketi

Ürün Kodu:

Bu çalışma “Geleneksel Mezelerin Modern Sunumlarında Tüketici Beğenisinin Belirlenmesi” adlı yüksek lisans tez çalışmasına veri temin etmek amacıyla yapılmaktadır. Katkılarınızdan ve anlayışınızdan dolayı şimdiden **teşekkür ederim**.

Demografik Sorular

Cinsiyetiniz?	() Erkek	() Kadın
Yaşınız? (Yazınız)		
Eğitim Durumunuz	() Lise	() Ön Lisans
	() Lisans	() Lisansüstü
Gastronomi ile ilgili eğitim aldınız mı?	() Evet	() Hayır
Modernize edilmiş yemekleri denemeye açık mısınız?	() Evet	() Hayır
Daha önce modernize edilmiş mezeleri denediniz mi?	() Evet	() Hayır

İfadeler	Hiç Beğenmedim	Beğenmedim	Ne Beğendim Ne Beğenmedim	Beğendim	Çok Beğendim
GÖRÜNÜŞ	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kişisel Sebepler					
Ürün ile ilgili Sebepler					
KOKU	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kişisel Sebepler					
Ürün ile ilgili Sebepler					
AROMA	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kişisel Sebepler					
Ürün ile ilgili Sebepler					
DOKU	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kişisel Sebepler					
Ürün ile ilgili Sebepler					
LEZZET	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kişisel Sebepler					
Ürün ile ilgili Sebepler					
GENEL BEĞENİ	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kişisel Sebepler					
Ürün ile ilgili Sebepler					

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : Kıyıcıoğlu Erkan
Uyruğu : T.C
Doğum tarihi ve yeri :
Faks :
e-mail :

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Yüksek Lisans	–	–
Lisans	Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi – Aile Ekonomisi ve Beslenme Öğretmenliği	2001
Lise	Mengen Anadolu Aşçılık Meslek Lisesi	1995

İş Deneyimi:

Yıl	Yer	Görev
2000 – 2001	Euro Plaza Hotel (Taksim)	Mutfak Şefi
2001 – 2008	Gaziosmanpaşa Küçükköy Kız Meslek Lisesi	Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Öğretmeni
2008 – Halen	Küçükçekmece BİST Turizm MTAL	Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Öğretmeni
2020 – Halen	İstanbul Gelişim Üniversitesi (UBYO) Gastronomi	DSÜ Öğretim Görevlisi

Yabancı Dil

İngilizce

Yayınlar

Sivuple Vegan Yemek Tarifleri 2021 (Ortak yazar) ISBN no: 978-625-00-0114-1
Türk Mutfak Kültürü ve Temel Tarifler 2022 (Ortak yazar) ISBN no: 9786054827978

Hobiler; Yeni yemek reçeteleri geliştirmek, gezi, yemek öğretimi ka kaynağı yok