



Yiyecek İçecek İşletme Sahipleri Gözüyle Tarsus Mutfağına İlişkin Bir Değerlendirme (An Evaluation on Tarsus Cuisine From Food and Beverage Business Owners' Perspective)

* Meral ÜZÜLMEZ^a , Seda Nur KESKİN GÖK^b 

^a Osmaniye Korkut Ata University, Kadirli Faculty of Applied Sciences, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Osmaniye/Turkey

^b Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Institute of Social Sciences, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Nevşehir/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 21.05.2022

Kabul Tarihi: 26.06.2022

Anahtar Kelimeler

Mutfak kültürü

Yiyecek içecek işletmeleri

Tarsus

Keywords

Cuisine culture

Food and beverage businesses

Tarsus

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Öz

Çalışmanın amacı, işletme sahiplerinin bakış açısıyla Tarsus mutfak kültürünü ortaya çıkarmaktır. Bu doğrultuda çalışmada, Tarsus mutfak kültürünün genel özellikleri, günlük yaşamda Tarsus mutfağını en iyi temsil eden yiyecek ve içecekler, söz konusu işletmelerde yöre mutfağına yer verilip verilmediği ve gelecek kuşaklara Tarsus mutfak kültürünü aktarmak için neler yapılması gerektiği gibi çeşitli konulara yönelik katılımcıların görüşleri belirlenmek istenmiştir. Bu kapsamda, çalışmanın örnekleme, Tarsus'ta en az 20 yıldır faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin sahipleri dâhil edilmiştir. Veriler, yarı yapılandırılmış görüşme formu ile elde edilmiştir. Veriler, 1 Şubat-30 Nisan 2022 tarihleri arasında amaçsal örnekleme yöntemlerinden olan ölçüt örnekleme tekniğinden faydalanılarak katılımcılardan yüz yüze toplanmıştır. Toplamda 15 katılımcıya ulaşılmış olup; elde edilen veriler betimsel analizine tabi tutulmuştur. Betimsel analizi sonucunda, 17 kod türetilmiş olup; bu kodlar 5 kategoride birleştirilmiştir. Söz konusu kategoriler sırasıyla; 'ana yemekler', 'tatlılar', 'içecekler', 'hamur işleri' ve 'çorbalar' şeklinde sınıflandırılmıştır. Çalışmada, günlük yaşam içerisinde, Tarsus mutfak kültürünü en iyi temsil eden yiyeceklerin; "humus, fındık lahmacun, Tarsus kebabı, Tarsus şalgamı ve Tarsus yayla bandırması" olduğu saptanmıştır. Çalışma sonucunda, Tarsus mutfağının gastronomik bir turistik ürüne dönüştürülebilmesi amacıyla çeşitli öneriler sunulmuştur.

Abstract

The aim of the study is to reveal the culinary culture of Tarsus from business owners' perspective. In this direction, it was aimed to determine the participants' opinions on various issues such as the general characteristics of the Tarsus culinary culture, the foods and beverages that best represent the Tarsus cuisine in daily life, whether the local cuisine is included in the mentioned businesses and what should be done to transfer the Tarsus culinary culture to the next generations. In this context, the owners of food and beverage businesses operating in Tarsus for at least 20 years were included in the sample of the study. The data were obtained by semi-structured interview form. The data were collected face-to-face from the participants by using the criterion sampling technique, which is one of the purposive sampling methods, between February 1 and April 30, 2022. A total of 15 participants were reached, and the obtained data were subjected to descriptive analysis. As a result of the descriptive analysis, 17 codes were derived and these codes were combined in 5 categories. These categories were classified respectively as 'main dishes', 'desserts', 'drinks', 'pastries' and 'soups'. In the study, it has been determined that the foods that best represent Tarsus culinary culture are "humus, fındık lahmacun, Tarsus kebab, Tarsus turnip and Tarsus yayla bandırması". As a result of the study, various suggestions were presented in order to transform Tarsus cuisine into a touristic product.

* Sorumlu Yazar

E-posta: meraluzulmez@osmaniye.edu.tr (M. Üzülmöz)

DOI:10.21325/jotags.2022.1053

GİRİŞ

Bir bölgeye ait kültürün ve kimliğin ön plana çıkmasını sağlayan en önemli faktörlerden biri, söz konusu bölgenin mutfağıdır (Long, 2004, s. 24; Chang, Kivela & Mak, 2010, s. 989; Hillel, Belhassen & Shani, 2013, s. 201; Canbolat, Keleş & Akbaş, 2016, s. 76). Bir bölgenin mutfağı; yiyecek içecek türlerini, bunların hazırlanma, pişirilme, saklanma sürecini; kullanılan mekân ve ekipmanı, yeme içme geleneği ile bu kapsamda gelişen gelenek ve uygulamalardan meydana gelen bütünsel ve kendine özgü yapıyı ifade etmektedir (Doğdubay & Giritlioğlu, 2011, s. 434-435). Buradan hareketle, herhangi bir topluma ait olan mutfak kültürünün, tarihsel gelişim, coğrafi yapı, beslenme biçimleri (Yarış & Durlu Özkaya, 2015, s. 91; Sandıkçioğlu, 2016, s. 3), bölgenin iklim ve tarım özellikleri (Işıldar, 2016, s. 55), sosyo-ekonomik yapısı, dini özellikleri, göçler, savaşlar ve diğer toplumlarla etkileşimleri gibi birçok unsur çerçevesinde şekillendiği belirtilmektedir (Solmaz & Dülger Altiner, 2018, s. 119). Dolayısıyla mutfak kültürünün, bulunduğu coğrafi ortamın özelliklerine göre şekillenen, toplumun gelenek ve göreneklere doğrultusunda yemek yeme alışkanlıklarını, değerlerini ve ritüellerini içinde barındıran bir oluşum olduğu ortaya çıkmaktadır (Karaca & Güçlü Nergiz, 2020, s. 51).

Bir yörenin mutfağı, tarih öncesi çağlardan itibaren seyahat ile ilişkilendirilmektedir (Kesici, 2012, s. 35). Herhangi bir bölgenin mutfak kültürüne karşı oluşan merak ve söz konusu kültürü deneyimleme ve öğrenme isteği, turistlerin bir bölgeyi ziyaret etmelerinde önemli faktörler olarak kabul edilmektedir (Cömert, 2014, s. 65; Lee, 2014, s. 20). Dolayısıyla bölge mutfağı, bir destinasyonun sahip olduğu en önemli çekiciliklerden birisi olarak nitelendirilmektedir (Quan & Wang, 2004, s. 302; Çevik & Saçılık 2011, s. 2). Yıldız (2016) herhangi bir yöre mutfağının önemli bir çekim faktörü olarak ziyaretçilerin lezzet deneyimlerine hitap ettiğini, yörenin tercih edilebilirliğinin ve marka değerinin artırılmasında önemli bir rolü olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle, bölgeye özgü ve ayırt edici özellikleri bulunan mutfak unsurlarının bölgelerin pazarlamasında farklılık oluşturarak rekabet edilebilirliği arttırdığı vurgulanmaktadır (Yüncü, 2010, s. 28). Nitekim, yöreye ait mutfak kültürü, farklı insanlara tanıtılmak, doğal ve sosyo-kültürel mirası korumak, yöresel yemeklerin hazırlanış, tanıtım ve satış organizasyonları ile yöresel kalkınmaya destek vererek bölge halkının sosyal ve ekonomik bakımdan yaşam kalitesini yükseltmek amacıyla destinasyon pazarlamasında son zamanlarda sıklıkla kullanılmaktadır (Alyakut & Küçükkömürler, 2017, s. 83). Dolayısıyla mutfak kültürü sayesinde, yörenin çekiciliğinin arttığı, geçmişten gelen gelenek ve göreneklerle bölgeye özgü yemekler ve pişirme tekniklerinin korunarak gelecek nesillere aktarıldığı ve yörenin ekonomik açıdan kalkınmasının desteklendiği ifade edilebilir (Işıldar, 2016, s. 55).

Yeme içme kültürü bakımından ele alındığında, kendine özgü belirleyici ve ayırt edici özellikleri olan mutfaklardan biri de Tarsus mutfağıdır. Tarihte önemli bir yeri olan Tarsus, 10 bin yıllık bir geçmişe sahiptir. Ayrıca doğal güzellikleri, tarihi geçmişi, tarih öncesi kültürlerin, farklı dinlerin ve toplumların birikimlerini barındırması sebebiyle ve bu geçmişin günümüze kadar var olan değeriyle özgünlüğünü korumuştur. Söz konusu özgünlük, sosyo-ekonomik ve coğrafi yapısı ile birleşerek yörenin mutfak kültürünü de zenginleştirmiştir. Tarsus'ta oluşan gastronomik alışkanlıkların temelinde ilk çağlardan beri bölgede yaşayan farklı uygarlıkların meydana getirdiği kültürel birikim bulunmaktadır (Öktem, 2014, s. 31). Bu kapsamda, Tarsus mutfağının özünü; Rum, Ermeni, Girit, Hıristiyan, Osmanlı ve Arap kültürlerinin oluşturduğunu söylemek mümkündür (Şahin Perçin & Keskin, 2019, s. 164). Dolayısıyla, Tarsus mutfak kültürünün tarihsel bir süreçle meydana geldiği ve bu yönüyle Tarsus'un mutfak

kültürünün, hem yerli Anadolu mutfak kültürünün izlerini taşıdığı hem de doğu ile batı kültürünün kaynaşmasına olanak sağladığı ortaya çıkmaktadır (Çıblak, 2007, s. 188).

Tarsus mutfağının ayırt edici özelliklere sahip olmasına rağmen, yeterli düzeyde tanıtımının gerçekleşmediği, ürünlerin destinasyon imajı ve kent markalaşması bağlamında etkisinin az olduğu vurgulanmaktadır (Süslü, Eryılmaz & Demir, 2020, s. 144). Oysa, Tarsus mutfağının yerel özelliklerinin saptanması ve tanıtılması turistik ürün kapsamında değerlendirilmesi gereken önemli bir konudur. Buradan hareketle, çalışmada Tarsus'ta faaliyet gösteren işletme sahiplerinin bakış açısıyla Tarsus mutfak kültüründe yer alan yiyecek ve içeceklerin neler olduğu ve söz konusu yiyecekler içerisinde nispeten Tarsus mutfağının en iyi temsil eden yiyecek ve içeceklerin hangileri olduğu ortaya çıkarılmak istenmektedir. Ayrıca, Tarsus mutfağına özgü lezzetlerin işletme menülerinde yer alıp almadığı ve gelecek nesillere Tarsus mutfak kültürünün aktarılması için yapılması gerekenler, işletme sahiplerinin bakış açısıyla değerlendirilmiştir. Bu sayede, Tarsus mutfak kültürünün karakteristik özelliklerinin ortaya çıkarılması, yöre mutfağına yönelik farkındalık yaratılacağı gibi, söz konusu ürünlerin hangilerinin tanıtım ve pazarlama çalışmalarında güçlü ve özgün turistik bir ürün olarak ön plana çıkarılacağına yönelik çıkarımlar da sağlanmış olacaktır.

Alan yazın incelendiğinde, Tarsus mutfak kültürü ile ilgili çalışmaların (Konaklıoğlu vd., 2017; Şahin Perçin & Keskin, 2019) oldukça kısıtlı olduğu görülmektedir. Bu çalışmaların da Tarsus mutfağına özgü spesifik bir lezzetin ele alınması ve Tarsus'un gastronomi turizmi açısından potansiyelinin ortaya çıkarılmasına yönelik olarak gerçekleştirildiği ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, çalışmanın Tarsus mutfağını çeşitli yönlerden ele alacak muhtemel çalışmalara da referans olması beklenmektedir. Ayrıca, Hatipoğlu vd.'nin (2013) çalışmalarında, birçok mutfak kültürünün yazılı hale getirilmemesi ve söz konusu mutfak kültüründeki yemekleri bilen ve pişiren bireylerin azalmasından dolayı kaybolma ya da unutulma ihtimalinin olduğunu ifade etmesi, söz konusu mutfak kültürünü yazılı ve basılı hale getirmenin önemini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, çalışma ile Tarsus mutfağının ele alınan yönleri yazılı hale getirilip kayıt altına alınarak Tarsus mutfağının unutulmaması ve gelecek kuşaklara aktarılmasına katkı sağlamak istenmektedir.

Tarsus Mutfak Kültürü

Bir yörede insanların beslenmeyle ilgili tutum, davranış ve uygulamalarında çeşitli faktörler etkili olmaktadır (Yayla, 2021, s. 45). Tarsus mutfağının şekillenmesinde ise coğrafya, göç ve kültürlerarası etkileşim gibi faktörlerin daha çok etkili olduğu ifade edilebilir. Tarsus mutfağında, Torosların etkisi oldukça fazladır. Toroslardan akan sularla zenginleşen bitki örtüsü, yörenin mutfak kültüründe etkisini yoğun bir şekilde göstermektedir. Toroslar ve çevresinde konargöçer olarak yaşayan Yörüklerin yerleşik yaşama geçmesi, Yörük kültürüne ait yiyeceklerin Tarsus mutfağında önemli besin kaynakları olarak tüketilmesini sağlamıştır (Şengül & Türkay, 2017: 39). Aynı zamanda, Tarsus mutfağında acı, baharat ve ekşiden oluşan Arap mutfak kültürünün etkisinin de baskın olduğu ifade edilmektedir (Şahin Perçin & Keskin; 2019, s. 165). Dolayısıyla, Tarsus mutfağında Yörük ve Arap mutfak kültürlerinin harmanlanmış olduğu görülmektedir.

Tarsus mutfak kültürünün çeşitlenmesini sağlayan unsurlardan birini de zaman içerisinde çeşitli nedenlerle Tarsus'a yerleşen Çerkez, Rum, Ermeni, Maruni ve Giritlilerin beraberinde getirdikleri kültürel öğeler oluşturmaktadır (Öktem, 2014, s. 27). Bu etnik farklılıklar, Tarsus mutfak kültürünün çeşitlilik göstermesini sağlamıştır. Ayrıca, tarih öncesi kültürlerden günümüze kadar; Luvi, Hitit, Kue, Asur, Pers, Helen, Roma, Bizans

etkilerinin yanında, Selçuklu ve Osmanlı dönemi de yöre tarihinin önemli basamaklarını oluşturmuştur (Çağlar, 2016, s. 11). Bu kapsamda yörenin mutfak kültürü, geçmişte etkileşim kurmuş olduğu medeniyetlerin kültürlerinden de etkilenerek tarihsel geçmişi ile kendine has bir yapı meydana getirmiştir.

Tarsus'taki sulak ve verimli ovalar sayesinde, Tarsus mutfağını genel anlamda yörede yetiştirilen tarımsal ürünler şekillendirmektedir. Yörede tarla ürünleri olarak sırasıyla buğday, mısır (dane), patates ve soya üretiminin yapıldığı görülmektedir. Meyve üretimi bakımından üzüm ilk sırada yer almakta, üzüm üretimini sırasıyla; mandalina, portakal, limon ve muz izlemektedir. Üretim miktarına göre, sebze çeşitleri ise domates, karpuz, biber, hıyar ve kabaktır. Tarsus'ta zeytin ve zeytinyağı faaliyetlerinin de ön planda olduğu belirtilmektedir (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2021; Tarsus Kaymakamlığı, 2022).

Tarsus'ta tarımın yanı sıra hayvancılığın da önemli bir geçim kaynağı olması mutfak kültürünü şekillendiren bir diğer önemli faktördür. Özellikle, Yörük kültürünün yörede etkin olması küçükbaş hayvan yetiştiriciliğinin (özellikle kıl keçisi) yaygın olmasını sağlamıştır (Bektarım, 2020, s. 14). Bu nedenle, Tarsus mutfağında sık tüketilen etlerin, genellikle erkek keçi eti ve koyun eti olduğu belirtilmektedir. Yörede kümes hayvancılığının da yoğun olarak yapıldığı ve buna bağlı olarak yöre mutfağında tavuk etinin de yaygın olarak tüketildiği bilinmektedir. Özellikle yörenin yaylalarında keçi yetiştiriciliğinin fazla olması yöre insanının süt ve süt ürünlerine kolayca ulaşmasını sağlamaktadır. Yoğurt yörede yapılan birçok yemekte değerlendirilmektedir. Tek başına tüketildiği gibi bazı yemeklerde esas malzeme bazı yemeklerde ise, yardımcı malzeme olarak kullanılmaktadır. Ayrıca, çökelek ve peynir yöre mutfağında yaygın olarak yapılan ve tüketilen ürünler arasındadır (Konaklıoğlu vd., 2017, s. 2-3). Tarsus mutfağında gözlenen önemli bir unsur da Akdeniz'e uzun bir kıyısı olmasına rağmen, deniz ürünlerinin fazla tüketilmemesidir. Yöre halkının büyük çoğunluğunun Yörük olması ve göçebeliğin etkisiyle küçük yaşlarda kırmızı ete olan alışkanlığın ilerleyen yaşlarda da korunması bunun temel nedeni olarak görülebilir (Kırmızı, 2016, s. 127).

Tarsus mutfağında yer alan yemeklere yönelik bir değerlendirme yapıldığında, buğday kullanımının önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Yöre mutfağında yapılan tatlılar incelendiğinde, büyük çoğunluğunun pekmez ve pekmezden yapılan ürünler olduğu ortaya çıkmaktadır. Yöre mutfağı yabancı otlar açısından değerlendirildiğinde ise genellikle ısırgan otu, göme ve urum pancarının yaygın bir şekilde tüketildiği bilinmektedir. Yemeklerde ekşilik vermesi amacıyla nar ve turunç ekşisi kullanılmaktadır. Ekşilik vermek amacıyla yöre mutfağında sumak da (özellikle soğan salatasında) kullanılmakta olup, sumak bazı yemeklerin üzerinde süsleme ve değişik bir tat vermek (herise, humus) amacıyla da tercih edilmektedir (Konaklıoğlu vd., 2017, s. 2-3).

Tarsus mutfağında kış hazırlıklarının yapıldığı, en çok hazırlığı yapılan yiyeceklerin salça (biber ve domates), turşu (özellikle süs biberi), çorba (yüksük çorbası), ekşi (nar ve turunç ekşisi), salamura (bağ yaprağı), ekmek yapımı (yufka), meyve kurusu (şeftali, erik, üzüm, elma, cennet meyvesi) ve sebze kurusu (yeşil fasulye, patlıcan, kabak, bamya, biber) hazırlama olduğu görülmektedir. Yörede kış hazırlığı yapılan bir diğer önemli işlem ise buğday kaynatma işlemidir. Kaynayan buğdaydan öğütme işleminden sonra dövme, yarma, pilavlık bulgur ve un elde edilmektedir. Söz konusu yiyecekler, yörede aileler tarafından kendileri için hazırlandığı gibi imece usulüyle de yapılabilmektedir.

Tarsus mutfağı incelendiğinde, yöreye özgü birçok lezzet için coğrafi işaret tescili alındığı ortaya çıkmaktadır. Tarsus beyazı üzüm (Topacık), Tarsus biberiyesi, Tarsus fındık lahmacunu, Tarsus humusu, Tarsus kebabı, Tarsus sarıulak zeytini, Tarsus sarıulak zeytini zeytinyağı ve Tarsus yayla bandırması coğrafi işaret tescili ile koruma altına

alınmış olan ürünlerdir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022). Söz konusu ürünlerin coğrafi işaret tescili ile korunması, Tarsus'ta ayırt ediciliğe sahip bu ürünlerin diğer bölgelerde de tanınmasına katkı sağlaması açısından son derece önemlidir.

Alanyazın Taraması

Alan yazındaki araştırmalar incelendiğinde, mutfak kültürünün önemli bir araştırma konusu haline geldiği görülmektedir. Söz konusu çalışmalar değerlendirildiğinde, mutfak kültürünün bazı konu başlıkları çerçevesinde daha fazla araştırıldığı ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmaların genel olarak; ilgili mutfak kültürünün tanıtılması ve mutfak kültüründeki lezzetlerin envanterlerinin çıkarılması (Bilgin, 2011; Güldemir & Işık, 2011; Çuhadar, Küçükyaman & Şaşmaz, 2018; Akçaözöglü & Koday, 2019; Akoğul, 2019; Aslan, Güldemir & Işık, 2019; Kızıldemir, 2019; Dağdeviren vd., 2020; Kızıldemir, 2020; Şimşek & Kızıldemir, 2020; Yılmaz Çıldam, 2021; Elmas, 2021), farklı etnik grupların mutfak kültürlerinin ele alınması (Şen, Cebirbay & Aktaş, 2015; Yarış & Durlu Özkaya, 2015; Ersavaş & Özkanlı, 2018; Özkan & Yetim, 2018; Acar & Karaosmanoğlu, 2019; Bektarım, Yalın Kaya & Can, 2019; Karaca & Güçlü Nergiz, 2020; Karaca & Yıldırım, 2020; Özer, Albayrak & Ağan, 2021), ilgili mutfak kültüründe yer alan yöresel lezzetlerin/yemeklerin ve yemekli ritüellerin incelenmesi (Sarı, 2011; Kılınç Şahin, İşlek & Bingöl, 2018; Çoşan & Seçim, 2019; Eryılmaz, Demir & Pektaş, 2019; Samatova, İnce & Turganbaeva, 2020; Ercan & Gülcan, 2021; Akman, 2019; Üzülmez & Onur, 2021), unutulmaya yüz tutmuş mutfak kültürlerinin incelenmesi (Acar, 2016; Özdemir & Güngör, 2016; Alyakut & Üzümcü, 2017; Çakıcı & Zencir, 2018; Seçim & Genç, 2019; Yalın, 2020; Apak, Ünlü & Kıvanç, 2022), mutfak kültüründe yaşanan değişimlerin irdelenmesi (Demirel & Ayyıldız, 2017; Demirel & Baydan, 2017; Demirel & Yönet, 2017; Demirbilek & Girgin, 2019; Demirel & Karakuş, 2019), ilgili mutfak kültürünün turizm/gastronomi turizmi kapsamında incelenmesi (Ballı, 2013; Çokişler & Türker, 2015; Canbolat, Keleş & Akbaş, 2016; İlhan, Kamış & Türk, 2016; Alyakut & Küçükkömürler, 2017; Oktay, Tecimen & Tecimen, 2017; Bahtiyar Sarı & Tetik, 2019; Şahin, 2019; Başar, Şen, Silahşör & Başar, 2019; Irmak, 2019; Perçin vd., 2019; Zengin & Gürkan, 2019; Küçük & Onur, 2020) ve ilgili mutfak kültürünün sürdürülebilirlik/sürdürülebilir gastronomi kapsamında ele alınması (Karaca, Yıldırım & Çakıcı, 2015; Akdemir & Selçuk, 2017; Eren & Sezgin, 2017; Örgün, Solunoğlu & Solunoğlu, 2020; Çafa & Madenci, 2021) şeklindeki konu başlıkları etrafında daha fazla yoğunlaştığı görülmektedir.

Mutfak kültürü konusunun ele alındığı çalışmalar incelendiğinde, alanyazında nitel yöntemle gerçekleştirilen çalışmaların ağırlıkta olduğu görülmektedir. Yapılan nitel çalışmaların büyük bir çoğunluğunun ilgili mutfak kültürünü tanıtmaya ve mutfak kültüründe yer alan yiyeceklerin neler olduğunu ortaya çıkarmaya yönelik olarak gerçekleştirildiği ön plana çıkmaktadır. Söz konusu çalışmalarda daha çok yörede yaşayan kadın katılımcılarla yüz yüze görüşmelerin yapıldığı görülmektedir. Kavramsal çalışmaların ise daha çok etnik mutfak kültürünün alan yazından derlenerek ortaya çıkarılması şeklinde ele alındığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, mutfak kültürünü ele alan çalışmaların daha çok nitel araştırma yöntemleriyle incelendiği ve söz konusu bu çalışmaların da özellikle son yıllarda ağırlık kazandığı görülmektedir.

Alan yazın incelendiğinde, Tarsus mutfağını ele alan çalışmaların (Konaklıoğlu vd., 2017; Şahin Perçin & Keskin, 2019) oldukça kısıtlı olduğu görülmektedir. Örneğin, Konaklıoğlu vd. (2017) çalışmalarında, Tarsus'un yerel değerlerinin neler olduğunu ortaya çıkarmayı ve gastronomi turizmine yönelik mevcut potansiyelini araştırmayı amaçlamışlardır. Bu kapsamda, Tarsus'ta faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde hizmet veren yönetici ve

çalışanlardan araştırmaya katılmaya gönüllü olan toplamda 330 kişiden veriler toplanmıştır. Söz konusu veriler doğrultusunda, Tarsus'a özgü lezzetlerden ilk iki sırada yer alan ürünlerin humus ve fındık lahmacun olduğu tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda, humus ve fındık lahmacunun işletmelerde tercih edilme oranının kebab-döner gibi ürünlerden daha az olduğu ortaya çıkarılmış ve buna neden olan unsurun ise tanıtım eksikliği olduğu ifade edilmiştir. İşletmecilerin Tarsus'un gastronomi turizmi bölgesi olacağına olan inanç ve beklentilerinin ise %74,6'lık bir oranla oldukça yüksek olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada, Tarsus'un gastronomi merkezi haline gelebilmesi için gerek yerel halka ve işletme yöneticilerine gerekse de yerel yönetimlere yönelik öneriler sunulmuştur. Şahin Perçin & Keskin (2019), Tarsus'un en önemli lezzetlerinden birisi olan cezeryeyi araştırdıkları çalışmalarında, cezeryenin geleneksel üretim süreçlerini ortaya çıkarmayı amaçlamışlardır. Bu amaç doğrultusunda, Mersin ili ve Tarsus ilçesinde bulunan ve araştırmaya katılmaya gönüllü toplamda 5 adet cezerye imalathanesindeki cezerye ustaları ve işletme sahipleriyle görüşmeler gerçekleştirmiştir. Yapılan görüşme sonucunda, cezerye ustaları, cezeryenin Arap kültüründen geldiğini ve nesilden nesile aktarılan bir lezzet olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca, cezeryenin ham maddesinin sadece havuç olduğu tespit edilmiş ve cezeryenin üretim süreçleri tespit edilerek standart bir reçetesi de ortaya konmuştur.

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, Tarsus'ta faaliyet gösteren yiyecek içecek işletme sahiplerinin bakış açısıyla Tarsus mutfak kültüründe yer alan yiyecek ve içecekleri ortaya çıkarmaktır. Ayrıca, işletme sahiplerinin Tarsus yöresine ait yiyecek ve içeceklere işletmelerinde yer verip vermedikleri ve günlük yaşamda, Tarsus mutfak kültürünü en iyi temsil eden yiyecek ve içeceklerin neler olduğu da araştırma kapsamında belirlenmeye çalışılmıştır. İşletme sahipleri gözünden Tarsus'a özgü yiyecek ve içeceklerin unutulmadan gelecek kuşaklara aktarılması için neler yapılması gerektiğinin ortaya çıkarılması da araştırmanın alt amaçları arasında yer almaktadır. Böylece, Tarsus mutfak kültürünün değerlendirmesinin yapılarak tanıtılması ve gastronomi turizmi kapsamında turistik bir ürün olarak ön plana çıkarılması için önerilerde bulunulması hedeflenmektedir. Bu kapsamda, araştırmada yanıtları aranan sorular aşağıda belirtilmiştir:

1. Tarsus yöresine ait yiyecek ve içecekler hakkında bilgi verir misiniz?
2. Günlük yaşamda, Tarsus mutfak kültürünü en iyi temsil ettiğini düşündüğünüz yiyecek ve içecekler nelerdir?
3. İşletmenizde Tarsus yöresine ait yemeklere yer veriyor musunuz? Yer verme/vermeme nedenleriniz nelerdir?
4. Tarsus yöresi mutfak kültürünün unutulduğunu düşünüyor musunuz? Neden?
5. Tarsus yöresi mutfak kültürünün gelecek kuşaklara da aktarılması için neler önerirsiniz?

Yöntem

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu kapsamda veriler, alan yazında yer alan çalışmalar (Karaca & Yıldırım, 2020; Korkmaz & Tekman, 2021; Özer, Albayrak & Ağan, 2021) temel alınarak hazırlanan görüşme formu aracılığıyla toplanmıştır. Görüşme formu, Tarsus mutfak kültürünü ortaya çıkaracak sorulara ek olarak araştırma amacına veri sağlayacak sorularla şekillendirilmiştir. Görüşmeler, Tarsus'ta faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletme sahipleriyle gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, Tarsus'ta uzun yıllardır faaliyet gösteren işletme sahiplerinin mutfak kültürünü daha iyi bildikleri varsayılarak araştırmaya en az 20 yıldır Tarsus'ta faaliyet gösteren işletmeler dahil edilmiştir. Bu işletme kayıtlarına ulaşmak için

Tarsus Lokantacılar Odası ve Tarsus Ticaret ve Sanayi Odası ile yüz yüze görüşme sağlanmış ve işletmeler hakkında bilgi alınmıştır.

Araştırmada amaçsal örnekleme yöntemlerinden olan ölçüt örnekleme tekniğinden yararlanılmıştır. Verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 20.12.2021 tarih ve 2121/12/3 sayılı kararı ile alınmıştır. Veriler, 1-28 Şubat 2022 tarihleri arasında yiyecek ve içecek işletme sahipleri ile yüz yüze görüşülerek toplanmış olup, toplamda 15 katılımcıdan elde edilmiştir. Yıldırım & Şimşek (2013), nitel araştırmalarda ortaya çıkan kavram ya da süreçlerin birbirini tekrar etmeye başlaması durumunda, ilgili araştırmada yeterli sayıda veri kaynağına ulaşıldığını belirtmektedir. Bu kapsamda, araştırmaya katılan işletme sahiplerinden alınan yanıtların sık sık tekrar etmesi nedeniyle örneklem 15 kişi sınırlandırılmıştır. Nitel veri toplayan araştırmalarda, örnek büyüklüğünün en az 15 olması gerektiği önerisi (Mason, 2010, s. 3) dikkate alındığında, örnek büyüklüğünün nispeten yeterli olduğu söylenebilir.

İşletme sahiplerinden elde edilen yanıtlar, betimsel analizine tabi tutulmuştur. Betimsel analiz, elde edilen verilerin, daha önceden belirlenen başlıklar altında özetlenmesi ve yorumlanmasıdır. Bu analiz yönteminde, ham haldeki verilerin okuyucuların anlayabileceği ve isterlerse kullanabileceği bir şekilde sunulması amaçlanmaktadır (Coşkun, Altunışık, Bayraktaroğlu, Yıldırım, 2015: s. 324). Bu kapsamda, araştırma verilerinin daha iyi anlaşılması amacı ile gerçekleştirilen betimsel analiz sonucunda tespit edilen kodlar, üst kategorilerde birleştirilmiştir. Betimsel analiz sonucunda 17 kod üretilmiş olup; bu kodlar 5 kategoride birleştirilmiştir. Ayrıca, işletme sahiplerine yöneltilen bazı soruların analizinde frekans analizinden de yararlanılmıştır.

Nitel araştırmalarda güvenilirlik, bir araştırmacının, araştırma aracının ya da yöntemin zaman içerisindeki kararlılığını ve tutarlılığını ifade eden bir kavramdır. Bu bağlamda, güvenilir bir ölçüm aracının, farklı şart, zaman ve ortamlarda aynı veya benzer şekilde uygulanarak tutarlı bir ölçüm ortaya koyması gerekmektedir (Tracy, 2020, s. 266-267). Buradan hareketle, araştırmada güvenilirliği sağlamak amacıyla, araştırmacının örneklem grubu, söz konusu katılımcıların niçin ve nasıl seçildiği, araştırma sorularının nasıl oluşturulduğu, verilerin hangi yöntemle ve ne kadar sürede toplandığı, söz konusu verilerde betimsel analizinin nasıl kullanıldığı, elde edilen sonuçların nasıl birleştirildiği ve bulguların nasıl yorumlandığı dahil olmak üzere araştırmada gerçekleştirilen tüm hususlar detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

Verilerin detaylı bir şekilde raporlanması, nitel araştırmada önemli geçerlik kriterlerinden birisini oluşturmaktadır. Ayrıca, veri toplama, analiz etme ve yorumlama süreçlerinde tutarlı olma ve söz konusu bu tutarlılığın sağlanmasında hangi yolun izlendiği konusu, geçerliği ortaya koyan önemli göstergelerdir (Yıldırım & Şimşek, 2013: 292). Bu kapsamda, araştırmacının geçerliliğini sağlamak amacıyla araştırmaya dahil edilen işletme sahipleri amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Ayrıca, araştırmada geçerlilik için işletme sahiplerinin sorulara verdikleri yanıtlar, çalışmanın uygun kısımlarında doğrudan alıntı şeklinde sunulmuştur.

Bulgular

Araştırmaya katılan işletme sahiplerine ve işletmelere yönelik bilgiler Tablo 1'de özetlenmiştir. Buna göre; görüşülen işletme sahiplerinin tamamının erkek olduğu ve yaş ortalamalarının ise 58 olduğu görülmektedir. İşletmelere yönelik bilgiler incelendiğinde ise yörede faaliyete başlama yıllarının oldukça eskilere dayandığı ve sundukları ürünlerin yöre mutfağını yansıtan ürünler olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 1. İşletme Sahiplerine ve İşletmelere Yönelik Bilgiler

Katılımcı (K) Numarası	Cinsiyet	Yaş	İşletmenin Hizmet Şekli	İşletmenin Faaliyete Başladığı Yıl
K1	Erkek	51	Humus ve Mercimek	1954
K2	Erkek	49	Izgara, Kebap, Kuşbaşı, Tavuk	1970
K3	Erkek	58	Humus	1998
K4	Erkek	54	Kebap, Humus, Lahmacun	1948
K5	Erkek	59	Künefe	1981
K6	Erkek	57	Kebap, Fındık Lahmacun	1955
K7	Erkek	65	Alakart	1988
K8	Erkek	52	Kebap ve kebab çeşitleri	1970
K9	Erkek	49	Alakart	1989
K10	Erkek	60	Kebap ve kebab çeşitleri	1993
K11	Erkek	70	Humus	1960
K12	Erkek	62	Humus, Fındık Lahmacun	1950
K13	Erkek	60	Kebap, Fındık Lahmacun	1923
K14	Erkek	58	Kebap, Izgara Çeşitleri, Sulu Yemek	1984
K15	Erkek	65	Kebap, Izgara Çeşitleri	1985

Araştırmaya katılan işletme sahiplerine Tarsus mutfağına yönelik çeşitli sorular yöneltilmiştir. Bulguların analizinde frekans ve betimsel analiz kullanılmıştır. Bu bağlamda, bulgular betimsel analiz aracılığıyla kodlanarak belli kategoriler altında bir araya getirilmiştir. İşletme sahiplerine yöneltilen “Tarsus mutfak kültüründe yer alan yiyecek ve içecekler hakkında bilgi verir misiniz?” sorusuna alınan cevaplardan elde edilen kodlar ve kategoriler Tablo 2’de sunulmuştur. Katılımcıların Tarsus mutfağına özgü yiyecek ve içeceklerin neler olduğuna yönelik görüşleri incelendiğinde, ‘fındık lahmacun’, ‘humus’ ve ‘Tarsus Kebabı’nın öne çıktığı görülürken; ‘paça çorbası’ ve ‘analı kızılı’nın katılımcılardan tarafından en az belirtilen ürünler olduğu dikkat çekmektedir.

Tablo 2. Tarsus Yöresine Özgü Yiyecek ve İçeceklere Yönelik Katılımcı İfadeleri

Katılımcı Numarası	Fındık Lahmacun	Humus	Tarsus Kebabı	Tarsus Şalgamı	Mamül	Kerebiç	Cezerye	İçli Köfte	Yüksük Çorbası	Tarsus Baklavası	Paça Çorbası	Yayla Bandırması	Analı kızılı	Sarma-Dolma	Meyan Kökü	Sıkma-D Börek	Karakuş Tatlısı	Σ
K1	X	X	X	X	X	X	X	X										8
K2	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X							10
K3	X	X	X	X				X	X			X	X		X			9
K4	X	X	X	X			X	X			X			X				8
K5	X	X	X				X	X						X	X	X		7
K6	X	X	X	X			X									X	X	7
K7	X	X	X	X	X		X	X									X	8
K8	X	X	X	X			X	X				X		X		X		9
K9	X	X	X	X	X		X		X	X		X	X		X		X	12
K10	X	X	X	X			X	X				X	X	X			X	10
K11	X	X	X	X			X	X		X				X	X	X		10
K12	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X		X				12
K13	X	X	X	X		X		X		X					X			8
K14	X	X	X	X				X		X	X			X				8
K15	X	X	X	X		X	X	X						X	X			9
Σ	15	15	15	14	5	4	11	13	4	6	3	5	3	8	6	4	4	135
%	11,1	11,1	11,1	10,4	3,7	3,0	8,1	9,6	3,0	4,4	2,2	3,7	2,2	6,0	4,4	3,0	3,0	100

Tarsus mutfak kültüründe yer alan yiyecek ve içeceklerin neler olduğuna ilişkin işletme sahiplerinin görüşlerinden elde edilen ve yukarıdaki tabloda belirtilen 17 kod (ifade), 5 kategoride birleştirilerek Tablo 3’te sunulmuştur. Söz konusu kategoriler frekanslarına göre; ‘Ana yemekler’, ‘Tatlılar’ ‘İçecekler’ ‘Hamur işleri’ ve ‘Çorbalar’ şeklinde sınıflandırılmıştır. İşletme sahiplerinin Tarsus mutfağına özgü yiyecek ve içeceklerin neler olduğuna dair yanıtlarının

%40'lık kısmını ana yemekler oluştururken, %26'lık kısmını tatlılar, %14,8'lik kısmını içecekler ve %14'lük kısmını ise hamur işleri oluşturmaktadır. Katılımcıların yanıtlarının %5,2'lik kısmı ile en düşük oranını ise çorbalar kategorisi oluşturmaktadır. Dolayısıyla, Tarsus mutfak kültürüne özgü ürünlerin daha çok ana yemek ve tatlılar kategorisinde yer aldığı ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3. İşletme Sahiplerinin Tarsus Yöresine Özgü Yiyecek ve İçeceklere Yönelik İfadelerinin Kategorilendirilmesi

Kategoriler	Kullanılan İfadeler	Σi	Σi (135)	%	% (100,0)
(1) Ana Yemekler	(1.2) Humus	15	54	27,8	40
	(1.3) Tarsus Kebabı	15		27,8	
	(1.4) İçli Köfte	13		24,1	
	(1.5) Sarma-Dolma	8		14,8	
	(1.6) Analı Kızılı	3		5,5	
(2) Tatlılar	(2.1) Cezerye	11	35	31,5	26
	(2.2) Tarsus Baklavası	6		17,1	
	(2.3) Mamül	5		14,3	
	(2.4) Yayla Bandırması	5		14,3	
	(2.5) Kerebiç	4		11,4	
	(2.6) Karakuş tatlısı	4		11,4	
(3) İçecekler	(3.1) Tarsus Şalgamı	14	20	70,0	14,8
	(3.2) Boyan-Meyan Kökü	6		30,0	
(4) Hamur İşleri	(4.1) Fındık Lahmacun	15	19	79,0	14,0
	(4.2) Sıkma-D Börek	4		21,0	
(5) Çorbalar	(5.1) Yüksük çorbası	4	7	57,1	5,2
	(5.2) Paça çorbası	3		42,9	

Tarsus mutfak kültürüne özgü yiyecek ve içeceklerin neler olduğuna yönelik işletme sahipleri tarafından en çok söz edilen kategori ana yemeklerdir (%40,0). Tarsus mutfak kültürüne özgü yiyecek ve içecekler arasında ana yemek kategorisinin ön planda olduğunu kanıtlayan katılımcı görüşlerine aşağıda yer verilmiştir. Bu konuda 1 numaralı katılımcı, şu ifadeyi kullanmıştır.

...Tarsus mutfağı zengin bir mutfak kültürüne sahip. Mutfağımızda yer alan olmazsa olmaz yiyeceklerimiz ve ayrıca en çok tüketildiğini düşündüğüm yiyeceklerimizin başında Tarsus kebabı, fındık lahmacun ve humus gelir...

Konu hakkında 5 numaralı katılımcı ifadesi ise şu şekildedir:

...Tarsus mutfak kültürü, çevre illerle bazı açılardan benzerlik gösterse de Tarsus mutfağı denilince akla gelen yiyecekler arasında; humus, Tarsus kebabı, fındık lahmacun, içli köfte, patlıcan dolması gibi pek çok lezzeti sıralayabilirim...

Tatlılar kategorisi içinde cezerye (%31,5) ve Tarsus baklavası (%17,1) işletme sahipleri tarafından en fazla belirtilen ürünlerdir. Tarsus mutfağında yer alan tatlılar ile ilgili 9 numaralı katılımcının görüşü şu şekildedir:

...Tarsus yöremize özgü cezerye ve Tarsus baklavası en meşhur tatlılarımız arasındadır. Ayrıca, yayla bandırması, mamül ve karakuş tatlılarımız da yörede ön plandadır...

Konu hakkında 3 numaralı katılımcı ifadesi ise şu şekildedir:

... Tarsus mutfağımızda tatlı çeşidimiz de oldukça fazladır. Örneğin; cezerye, yayla bandırması, karakuş tatlısı, muska, pestil ve kabak tatlısı gibi birçok çeşit vardır...

İçecekler kategorisi altında %70'lik bir oranla işletme sahipleri Tarsus şalgamının ön planda olduğunu belirtmişlerdir. Bu konuda, 2 numaralı katılımcının görüşü şu şekildedir.

...Tarsus ilçemizde, en yaygın içeceğimiz Tarsus Şalgamı'dır. Tarsus şalgamı coğrafi işaretli ürünlerimizden biridir. Çoğu işletmede kolayca bulabilirsiniz...

İşletme sahipleri tarafından hamur işleri kategorisinde %79'luk bir oranla en fazla belirtilen yöreye özgü lezzet ise fındık lahmacun olmuştur. 3 numaralı katılımcının buna kanıt teşkil edecek görüşü şu şekildedir.

...Tarsus mutfak kültürü lezzet açısından birçok ürünü bünyesinde barındırır. Gerek tencere yemekleri gerekse de tatlılar ve hamur işleri bakımından zengindir. Tarsus fındık lahmacun da hamur işi olarak gerek yöre halkı gerekse de dışarıdan gelen misafirler tarafından tercih edilen en önemli lezzettir...

Bu konu hakkında 4 numaralı katılımcı ifadesi ise şu şekildedir:

...Fındık lahmacunu, Tarsus mutfağına özgüdür. 2 çeşit olarak misafire sunarız. İlki kuşgözü olarak adlandırdığımız hamuru küçük, eti fazla şeklinde olandır. İkincisi ise kuşgözünden bir tık daha büyük olarak servis edilendir...

Son olarak çorbalar kategorisi altında katılımcıların %57,1'lik bir oranla, yüksük çorbasının ve %42,9'luk bir oranla da paça çorbasının yöre mutfağında yer alan ürünler olduğunu ifade etmişlerdir. Çorbalara ilişkin kategoriye yönelik 2 numaralı katılımcının görüşü şu şekildedir:

...Yüksük çorbası, Tarsus yöresine ait çok lezzetli bir çorbadır. İçindeki malzemelerden dolayı besleyici ve doyurucudur. Paça çorbası da aynı şekilde sevilen ve bazı kesimler tarafından sık tüketilen bir çorbadır...

Araştırmada katılımcılara, Tarsus mutfağını en iyi temsil eden yiyecekler ve içeceklerin hangileri olduğuna yönelik fikirleri de sorulmuştur. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlar Tablo 4'te yer almaktadır. Katılımcıların Tarsus mutfağını en iyi temsil eden yiyecek ve içeceklerin neler olduğuna yönelik yanıtlarının %30'luk kısmını "humus" oluşturmaktadır. Ayrıca, katılımcı yanıtlarının %26'lık kısmını "fındık lahmacun", %22'lik kısmını "Tarsus kebabı" oluşturmaktadır. Katılımcıların yanıtları içerisinde %10 ile en düşük oranı ise yayla bandırmasının oluşturduğu görülmektedir.

Tablo 4. Tarsus Mutfağını En İyi Temsil Eden Yiyecek ve İçecekler

Tarsus Mutfağını En İyi Temsil Eden Yiyecek ve İçecek Adı	Σi	%
(1) Humus	15	30
(2) Fındık Lahmacun	13	26
(3) Tarsus Kebabı	11	22
(4) Tarsus Şalgamı	6	12
(5) Yayla Bandırması	5	10
Toplam	50	100,0

Araştırmada, işletme sahiplerine Tarsus mutfağına özgü lezzetlere işletmelerinde yer verip vermediklerine yönelik bir soru da yöneltilmiştir. Araştırmaya katılan 1 işletme sahibi dışında hepsi Tarsus mutfağına özgü lezzetlere işletme menülerinde yer verdiklerini belirtmiştir. Bu kapsamda, işletme sahiplerine söz konusu lezzetlere işletmelerinde yer verme nedenleri de sorulmuştur. Alınan yanıtlar Tablo 5'te sunulmaktadır. İşletme sahiplerinin yaklaşık olarak yarısından fazlası, Tarsus'a özgü lezzetlere yöreye özgü bir lezzet olmasından dolayı yer verdiklerini belirtmişlerdir. Bunun dışında, gerek yöre halkı gerekse de dışarıdan Tarsus'a gelen bireyler tarafından söz konusu "ürünlere olan talebin yüksek olması" ve söz konusu işletme sahiplerinin zaten yörede uzun yıllar faaliyet göstermeleri nedeniyle "ürünlerin yapımının kendileri için kolay olması" diğer nedenleri oluşturmaktadır.

Tablo 5. İşletme Sahiplerinin Tarsus Mutfağına Özgü Lezzetlere İşletmelerinde Yer Verme Nedenleri

Nedenler	Σi	%
(1) Yöresel bir yemek olduğu için	10	52,6
(2) Talep olduğu için (yöre halkı ve dışarıdan gelen müşterilerden tarafından)	5	26,3
(3) Yapımı kolay olduğu için	4	21,1
Toplam	19	100,0

Araştırma kapsamında işletme sahiplerine yöneltilen bir diğer soru "Tarsus yöresi mutfak kültürünün unutulduğunu düşünüyor musunuz? Neden?" sorusudur. İşletme sahipleri, Tarsus mutfak kültürünün unutulmadığı yönünde görüş belirtmişlerdir. Söz konusu sorunun ardından, işletme sahiplerine Tarsus yöresi mutfak kültürünün gelecek kuşaklara da aktarılması için neler yapılması gerektiği sorulmuştur. İşletme sahiplerinin sorulan soruya verdikleri yanıtlar Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6. Katılımcıların İşletme Sahiplerinin Tarsus Mutfak Kültürünün Gelecek Kuşaklara Aktarılması İçin Yapılması Gerekenlere İlişkin Görüşleri

Öneriler	Σi	%
(1) Usta ve çırakların yetiştirilmesi ve desteklenmesi sağlanmalı	11	27,5
(2) Yöreye özgü lezzetlerin tanıtımı yapılmalı (gastronomi günleri, festival, yarışma vb.)	10	25,0
(3) Mesleki eğitimler verilmeli	7	17,5
(4) Yöredeki aşçılık okulları ön plana çıkarılmalı, okullarda yöresel yemeklerin standart reçetelerinin oluşturulması desteklenmeli	6	15,0
(5) Ürünlerin patenti alınmalı	6	15,0
Toplam	40	100,0

Tablo 6 değerlendirildiğinde, katılımcıların Tarsus mutfak kültürünün gelecek kuşaklara da aktarılabilmesi için verdikleri yanıtların %27,5'lik kısmını "usta ve çırakların yetiştirilmesi ve desteklenmesi", %25'lik kısmını "yöreye özgü lezzetlerin tanıtımının yapılması" ve %17,5'lik kısmını ise "mesleki eğitimler verilmesi" şeklindeki görüşleri oluşturmaktadır. Katılımcıların önerilerden en düşük orana sahip unsurlar ise "yöredeki aşçılık okullarının ön plana çıkarılması" ve "yöreye özgü ürünlerin patentlerinin alınması" olarak belirlenmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Çalışmada, Tarsus'un mutfak kültürünü işletme sahiplerinin bakış açısıyla ortaya çıkan analiz sonucunda, Tarsus mutfağında yer alan ürünlerin; ana yemekler, tatlılar, içecekler, hamur işleri ve çorbalar olarak kategorilendiği tespit edilmiştir. Ana yemekler kapsamındaki katılımcı yanıtları incelendiğinde, yöre mutfağında en bilinen ürünlerin; humus, Tarsus kebabı ve içli köfte olduğu saptanmıştır. Tatlılar kategorisinde cezerye, içecekler kategorisinde Tarsus şalgamı, hamur işleri kategorisinde fındık lahmacun ve çorbalar kategorisinde ise yüksük çorbasının katılımcı yanıtları bakımından en çok belirtilen yöreye özgü lezzetler olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla, bu ürünler değerlendirildiğinde, her birinin Tarsus mutfak kültürü içinde yer aldığı söylenebilir. Bu kapsamda, araştırma sonucunun Konaklıoğlu vd. (2017) ve Şahin Perçin & Keskin (2019) tarafından yapılan çalışmaların sonuçlarıyla bazı benzer ve farklı yönleri olduğu ortaya çıkmaktadır. Konaklıoğlu vd. (2017), Tarsus'ta işletme sahipleri ve çalışanlar örnekleminde gerçekleştirdikleri çalışma sonucunda, Tarsus mutfağında ön plana çıkan ürünün sadece kebab olduğunu; buna karşın, fındık lahmacun, kerebiç, baklava ve sıkma-D börek gibi lezzetlerin ise arka planda kaldığını saptamışlardır. Söz konusu sonuç, bu çalışma sonuçlarıyla farklılık göstermektedir. İşletme sahiplerinin yanıtlarından elde edilen bulgulara göre, söz konusu ürünlerin Tarsus mutfağını yansıtan ürünler olarak ön plana çıktığı ve tüketiciler tarafından da talep gördüğü belirtilmektedir. Şahin Perçin & Keskin (2019) ise yaptığı çalışmada, cezeryenin Arap kültüründen Tarsus mutfak kültürüne gelmekle birlikte söz konusu yörede ön planda olan bir tatlı

olduğunu belirtmesi, bu ürünün yöreye özgü bir lezzet olduğunu göstermesi açısından önemlidir. Bu bağlamda, yöreye özgü lezzetlerin envanterinin çıkarılarak kayıt altına alınması bu ürünlerin gastronomi turizmi bağlamında ön plana çıkarılarak tanıtılmasına ve bölgeye yönelik seyahatlerin artmasına katkı sağlayabilir. Bunun için son dönemlerde ön plana çıkan etkin pazarlama çeşitlerinden olan dijital pazarlama ve influencer (sosyal medya ünlüleriyle) pazarlama aracılığı ile Tarsus mutfak kültürünün daha geniş kitlelerce tanınması yönünde yöre paydaşları tarafından çalışmalar gerçekleştirilebilir.

Çalışmada, toplamda 5 adet yiyecek ve içeceğin yöre mutfağını en iyi şekilde temsil ettiği ortaya çıkarılmıştır. Katılımcı yanıtları içerisinde humus ilk sırada yer alırken, en düşük oranla belirtilen ise yayla bandırması olarak saptanmıştır. Söz konusu bu ürünler incelendiğinde, hepsinin Tarsus'un coğrafi işaretli ürünleri olarak Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından tescillendiği ortaya çıkmaktadır. Acar (2018), gerçekleştirmiş olduğu çalışmasında, coğrafi işaretli ürünlerin geleneksel üretimi teşvik ettiğini belirtmekte ve coğrafi işaretli gıda ürünleriyle özdeşleşen bölgelerin tanıtımına katkı sağlayarak bölgeye turist çekmede etkili bir işlev üstlendiğini ifade etmektedir. Buradan hareketle, Tarsus'ta gastronomi paydaşlarının söz konusu humus, kebab, fındık lahmacun, şalgam ve yayla bandırmasının coğrafi işaret tesciliyle korunan ürünler olduğuna tanıtım ve pazarlama çalışmalarında vurgu yapmaları yörenin rekabet avantajı elde etmesine katkı sağlayabilir. Bu sayede, coğrafi işaretli ürünler, tüketicilerin tercihlerini etkileyerek söz konusu ürünlere olan talebi artırabilme ve ilgili destinasyona yönelik seyahat motivasyonu oluşturabilme imkanına sahiptir.

Tarsus'un tanıtım ve pazarlama çalışmalarına katkı sağlamak amacıyla, özellikle kitlesel olarak Tarsus'a turistlerin gelmesini sağlayacak festival, panayır, fuar, yöresel yemek günleri ve coğrafi işaretli ürün günleri gibi etkinlikler gerçekleştirilebilir. Bu etkinliklerde, Tarsus'un coğrafi işaretli gıda ürünlerinin geniş kitlelerce tanınmasına katkı sağlanabilir ve turistler tarafından bölgeye olan farkındalık artırılabilir. Yörede bu tarz etkinliklerin düzenlenebilmesi ise yerel yönetimlerin ve yöredeki sivil toplum kuruluşlarının katkıları ile mümkün olacağı için yöredeki ilgili tüm paydaşların yapılacak etkinliklere gereken desteği vermesi gerekmektedir. Ayrıca, ilgili paydaşlar yöredeki yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer alamayacak ve paketlenmesi muhtemel ürünler için söz konusu işletmelerde yöresel satış birimleri oluşturarak turistlerin ilgili ürünlere kolay bir şekilde erişimlerini sağlamaya yönelik uygulamalar gerçekleştirebilirler.

Çalışmada, işletme sahipleri Tarsus mutfağına özgü lezzetlere işletmelerinde yöreye özgü yiyecekler olmasından dolayı ve yöresel lezzetlere olan talep nedeniyle yer verdiklerini vurgulamışlardır. Dolayısıyla yöresel yiyecekler, talep gören ürünler olması nedeniyle gerek yiyecek içecek işletmeleri gerek destinasyon yöneticileri tarafından önemsenmektedir. Alan yazında gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde, yöresel yiyeceklerin tespit edilen faydaları, söz konusu çalışma sonucunu destekler niteliktedir. Bu kapsamda, ilgili çalışmalarda, yöresel yiyeceklerin destinasyon markalaşmasına katkı sağladığı (Aslan, Güneren & Çoban, 2014), yöresel yemeklerin destinasyonların tanıtımındaki rolü (Okumuş vd., 2013), yöresel yiyeceklerin destinasyon çekiciliğe olan etkisi (Zağralı & Akbaba, 2015), yöresel yiyeceklerin yerel turizm kaynaklarını güçlendirmeye ve turizm harcamalarını artırmaya olan katkısı (Du Rand & Heath, 2006), yöresel lezzetlerin turizm destinasyonlarının ekonomik, kültürel ve çevresel sürdürülebilirliğine olan katkısı (Sims, 2009) gibi birçok faydasının olduğu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca Çapar & Yenipınar (2016) yöresel yiyeceklerin söz konusu ait oldukları kültürün kimliğini yansıtması nedeniyle aynı yiyeceklerin başka bölgelerde deneyimlenmesinin mümkün olmamasının bireylerin destinasyona yönelik tercihlerini

de etkilediğini belirtmektedir. Dolayısıyla yöresel yiyeceklerin, turistlere eşsiz deneyimler sunmak bakımından önemli bir motivasyon kaynağı olabileceği ifade edilebilir. Bu nedenle, turistlerin yöresel yiyecek ve içeceklerle kolayca ulaşabilmeleri için Tarsus'ta yer alan yiyecek içecek işletmelerinin çoğunda bu ürünlere yer verilmesinin sağlanması son derece önemli bir unsurdur. Bu konuda yiyecek içecek işletmelerinin bilgilendirilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir. Ayrıca, yöresel yiyecek ve içeceklerin standart reçetelerinin hazırlanması ve bunların yazılı hale getirilmesi ve mutfak müzelerinin kurulması gibi unsurlarla turistlere bölge mutfağının sunulması önerilebilir. Yöre mutfağı bu gibi yöntemlerle somut bir kültürel mirasa dönüştürülebilir ve yörenin gastronomi turizminden alacağı payı artırabilir.

İşletme sahipleri, Tarsus mutfak kültürünün gelecek kuşaklara aktarılması için "usta ve çırakların yetiştirilmesi ve desteklenmesi", "yöreye özgü lezzetlerin tanıtımının yapılması" ve "mesleki eğitimler verilmesi" şeklinde önemli görüşler bildirmişlerdir. Yöre mutfağındaki ürünlerin özüne bağlı kalınarak yapılması ve sunulması için öncelikle bu ürünleri yapacak nesillere ihtiyaç olduğu ve sayılarında da azalma yaşandığı işletme sahipleri tarafından sıklıkla belirtilen bir unsurdur. Bu nedenle, genç neslin yöre mutfağını sürdürebilecek şekilde yetiştirilmesinin yanı sıra yöre mutfağına yönelik sözlü tarih araştırmalarının yapılması, akademik yayınların artırılması, tanıtım kitaplarının ve broşürlerin basılması ve sosyal medya üzerinden tanıtımların yapılması da bu ürünlerin gelecek nesillere doğru bir şekilde aktarılmasına katkı sağlayabilecektir. Özellikle alan yazında Tarsus mutfak kültürüne ait yazılı belgelerin oldukça sınırlı olması, Tarsus mutfağının yazılı ve basılı hale getirilmesini önemli hale getirmektedir. Bu sayede, Tarsus mutfak kültürünün değişmesi veya kaybolmasının önüne geçilebilir. Ayrıca, işletme sahipleri yöredeki aşçılık okullarının ön plana çıkarılması, yöresel ürünlerin patentinin alınması ve yöredeki işletmelerin yöresel ürünlere menülerinde yer vermesi gibi çeşitli öneriler de sunmuşlardır. Alan yazında bu konuyu ele alan çalışma sonuçları da işletme sahiplerinin Tarsus mutfak kültürünün gelecek kuşaklara aktarılması için sunduğu önerileri destekler niteliktedir (Kargiglioğlu & Ayyıldız, 2018; Yalın, 2020; Özer, Albayrak & Ağan, 2021; Apak, Ünlü & Kıvanç, 2022). Fakat, burada işletme sahipleri tarafından belirtilmeyen en önemli bir diğer unsur ise yöre halkı olduğu ifade edilebilir. Acar (2016) tarafından yapılan çalışma sonucunda, bir yörede yerel mutfak mirasının korunarak gelecek nesillere aktarılmasında en büyük paylardan birisinin de yöre halkına düştüğü belirtilmektedir. Bu nedenle, Tarsus'taki yöre halkının sahip olduğu mutfak mirasına sahip çıkması yönünde bilinçlendirilmesi ve eğitilmesi de yöre mutfağının gelecek kuşaklara aktarılmasına katkı sağlayabilecek önemli bir unsur olarak ifade edilebilir.

Sınırlılıklar

Çalışmada birtakım sınırlılıklar mevcuttur. Öncelikle ilk kısıt, çalışmaya sadece Tarsus merkezde yer alan ve en az 20 yıldır yörede hizmet veren işletmelerin dâhil edilmesidir. Bu kapsamda, ileride gerçekleştirilecek olan çalışmalarda 20 yıldan daha az sürede faaliyet gösteren işletmeler de araştırmalara dâhil edilerek bu çalışmada ortaya çıkan farklılık veya benzerlikler kıyaslanabilir. Aynı zamanda, seçilen işletmelerde sadece işletme sahipleriyle görüşülmüştür. İleride gerçekleştirilecek çalışmalarda işletmelerdeki diğer çalışanların da Tarsus mutfağı hakkındaki görüşleri alınabilir. Çalışmaya katılan işletme sahiplerinin tamamının erkek olması, bir sınırlılık olarak ifade edilebilir. Alan yazında genelde herhangi bir yöreye özgü mutfak kültürünü en iyi bildiği varsayılan grubun orta yaş ve üzerindeki kadınlar olduğu ifade edilmektedir (Üzülmez & Onur, 2021) Bu nedenle, ileride gerçekleştirilecek olan çalışmalarda kadın işletme sahiplerinin de dâhil edilerek bu çalışma sonuçlarıyla herhangi bir farklılık veya benzerlik olup olmadığı yönünde kıyaslanma yapılması mümkün olabilir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Bu çalışmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 20.12.2021 tarih ve 2121/12/3 sayılı kararı ile alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Acar, Y. (2016). Gastronomi turizmi kapsamında Aksaray ili Güzelyurt (Gelveri) yöresel mutfağının unutulmaya yüz tutmuş tatlarının değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 81-86.
- Acar, Y. (2018). Türkiye'deki coğrafi işaretli ürünlerin destinasyon markalaması kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6(2),163-177.
- Acar, V. & Karaosmanoğlu, K. (2019). Çerkes mutfak kültürünü deneyimlemeye yönelik bir tur önerisi: Düzce ili örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 3(2), 177-197.
- Alyakut, Ö. & Küçükkömürler, S. (2017). Geleneksel Kartepe mutfak kültürü ve bu tür mutfak kültürü araştırmalarının kırsal ve gastronomi turizmine katkısı. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 7(1), 83-90.
- Alyakut, Ö. & Üzümcü, P. T. (2017). *Gastronomi turizmi bağlamında Kandıra beslenme kültürü ve unutulmaya yüz tutmuş lezzetleri Goncaaydın köyü örneği*. IV. Uluslararası Çoban Mustafa Paşa Kocaeli Tarihi ve Kültürü Sempozyumu içinde (ss. 1837- 1861), Kocaeli.
- Akçaözoğlu, E. Y. & Koday, S. (2019). Kültürel coğrafya bakımından Osmaniye ilinin mutfak kültürü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(2), 537-552.
- Akdemir, N. & Selçuk, G. N. (2017). Mutfak kültürünün sürdürülebilirliği bakımından yöresel yiyeceklerin menülerde yer alma düzeyi: Taraklı ölçeğinde bir araştırma. *I. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi* içinde (ss. 793-801), Kastamonu.
- Akman, A. (2019). Kandıra mutfak kültüründe tören yemekleri üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası Millî Mücadele Servetiye Cephesi ve Kocaeli Tarihi-Kültürü Sempozyumu VI* içinde (ss. 175), Kocaeli.
- Akoğul, E. (2019). Erzurum ramazan mutfak kültürünün incelenmesi. *Tourism and Recreation*, 1(2), 44-49.
- Apak, Ö. C., Ünlü, H. & Kıvanç M. İ. (2022). Unutulmaya yüz tutmuş yöresel yiyeceklerin gün yüzüne çıkarılması: Bayburt ili ev kadınları üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(1), 267-283.
- Aslan, F. P., Güldemir, O. & Işık, N. (2019). *Karaman Mutfak Kültürü ve Yemekleri*. H. Muşmal, E. Yüksel & M. A. Kapar (Ed.), Karaman Araştırmaları-II. içinde (ss. 231-245). Karaman: Palet Yayıncılık.
- Aslan, Z., Güneren, E. & Çoban, G. (2014). Destinasyon markalaşma sürecinde yöresel mutfağın rolü: Nevşehir örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 3-13.

- Bahtiyar Sarı, D. & Tetik, N. (2019). Gastronomi turizmi kapsamında Bulgaristan Göçmenlerinin yemek kültürü, *Anasay*, (8), 73-88.
- Ballı, E. (2013). Gastronomi turizmi ve Adana mutfak kültürü. 2. *Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu* içinde (ss. 206-218), Adana.
- Başar, F., Şen, N., Silahşör, Y. & Başar, B. (2019). Erzincan yöresel mutfak kültürü unsuru olan tarhananın gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 328-339.
- Bektarım, N., Yalın Kaya & Can, D. (2019). Mersin Boynunceli Yörüklerinde yemek kültürü. 3. *Uluslararası Turizmin Geleceği; İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi* içinde (ss. 57-64), Mersin.
- Bektarım, N. (2020). Mersin’de yaşayan yerleşik ve konargöçer Yörüklerin mutfak kültürü üzerine bir araştırma. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Bilgin, A. (2011). Osmanlı döneminde İstanbul mutfak kültürü. *Akademik Araştırmalar Dergisi*, 47-48, 229-245.
- Canbolat, E., Keleş, Y. & Akbaş, Y. Z. (2016). Gastronomi turizmi kapsamında Samsun mutfağına özgü turistik bir ürün: Bafra pidesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(4), 75-87.
- Chang, R. C., Kivela, J. & Mak, A. H. (2010). Food preferences of chinese tourists. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 989-1011.
- Çafa, İ. & Madenci, A. B. (2021). Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında göçmen mutfak kültürü: Yunanistan göçmenleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(3), 2058-2072.
- Çakıcı, H. H. & Zencir, E. (2018). Unutulmaya yüz tutmuş mutfak kültürleri: Çakırözü köyü örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6(Special issue 3), 285-297.
- Çapar, G. & Yenipınar, U. (2016). Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizm endüstrisinde kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special issue 1), 100-115.
- Çokışler, N. & Türker, A. (2015). Mutfak kültürünün turizm ürünü olarak kullanım etkinliğinin incelenmesi: Ayder turizm merkezi örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(14), 122-136.
- Çoşan, D. & Seçim, Y. (2019). Bartın Mutfak kültürü içerisinde tatlıların yeri ve önemi üzerine nitel bir çalışma. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, 14(27), 279-292.
- Coşkun, R., Altunışık R., Bayraktaroğlu S. & Yıldırım E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Cömert, M. (2014). Turizm pazarlamasında yöresel mutfakların önemi ve Hatay mutfağı örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 64-70.
- Çağlar, T. A. (2016). *Mersin ve Tarsus Halk Kültürü*. Mersin: Mersin Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.
- Çevik, S. & Saçılık, M. Y. (2011). Destinasyon rekabet avantajı elde etmesinde gastronomi turizminin rolü: Erdek örneği. 12. *Ulusal Turizm Kongresi* içinde (ss. 503-515), Düzce.
- Çıblak, N. (2007). Tarsus kültürünün tanıtımında Şahmeran efsanelerinin önemi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 185-196.

- Çuhadar, M., Küçükyaman, M. A. & Şaşmaz, M. A. (2018). Geçmişten günümüze Isparta mutfak kültürü: Nitel bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(Special issue 3), 125-142.
- Demirbilek, E. & Girgin, G. K. (2019). Türk mutfak kültüründe beslenme alışkanlığı ve sofrada adabında meydana gelen değişimlerin belirlenmesi. 4. *Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi* içinde (ss. 175-184), Nevşehir.
- Demirel, H. & Ayyıldız, S. (2017). Mutfak kültürü ve değişimi; Giresun ili örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 280-298.
- Demirel, H. & Karkuş, H. (2019). Balıkesir yeme içme kültürü ve değişimi üzerine bir alan araştırması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1383-1404.
- Demirel, H. & Baydan, S. (2017). Bursa yeme içme kültürü ve değişimi üzerine bir alan araştırması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 343-358.
- Demirel, H. & Yönet, F. (2017). Nevşehir mutfak kültürü ve değişimi üzerine bir alan araştırması. 1. *Uluslararası İpekyolu Akademik Çalışmalar Sempozyumu* içinde (ss. 193-201), Nevşehir.
- Dağdeviren, A., Temiz, H., Tavşanoğlu, T. & Şirin, B. (2020). Ilgaz mutfak kültürü. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1540-1554.
- Doğdubay, M. & Giritlioğlu, İ. (2011). *Mutfak Turizmi*. N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Ed.), Turistik ürün çeşitlendirmesi içinde (s. 433-456), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Du Rand, G. E. & Heath, E. (2006). Towards a frame work for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234.
- Elmas, B. (2021). Hakkâri ilinin beslenme ve mutfak kültürü. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(1), 49-59.
- Ercan, M. O. & Gülcan, D. (2021). Elazığ Mutfak kültüründe yer alan yöresel yemeklerin incelenmesi: Nitel bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 47-71.
- Eren, F. Y. & Sezgin, A. C. (2017). Gastronomi Turizmi açısından mersin yöresi mutfak kültürünün sürdürülebilirliği. 1. *Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi* içinde (ss. 161-170), Kastamonu.
- Ersavaş, H. & Özkanlı, O. (2018). 20. yüzyılda orta Toroslardaki Yörüklerin mutfak kültürü. *Aydın Gastronomy*, 2(1), 39-49.
- Eryılmaz, G., Demir, E. & Pektaş, K. (2019). Silifke yöresel mutfak kültürü unsuru olan “Silifke Yoğurdu”nun gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. 4. *Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi* içinde (ss. 189-197), Nevşehir.
- Güldemir, O. & Işık, N. (2011). Nevşehir mutfak kültürü ve yemekleri. *Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu* içinde (ss.151-176), Nevşehir.
- Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O. & Şengül, S. (2013). Yöresel yemeklerin, kırsal turizm işletmeleri mönülerinde kullanım düzeyleri: Gelveri örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(1), 6-11.

- Hillel, D., Belhassen, Y. & Shani, A. (2013). What makes a gastronomic destination attractive? Evidence from the Israeli Negev. *Tourism Management*, 36, 200-209.
- Irmak, Y. (2019). Bingöl mutfak kültürü ve gastronomi turizmi. *Bingöl Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 111-144.
- Işıldar, P. (2016). *Sürdürülebilirlik ve Gastronomi*. H. Kurgun ve D. Bağiran Özşeker (Ed). Gastronomi ve turizm içinde (ss. 47-63). Ankara: Detay Yayıncılık.
- İlhan, İ., Kamış, D. & Türk, O. (2016). Nevşehir yerel mutfak kültürünün gastronomi turizmi açısından incelenmesi. *II. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu* içinde (ss. 752-765), Nevşehir.
- Karaca, E. & Güçlü Nergiz, H. (2020). Yalova Çerkezlerinin mutfak kültürü. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(20), 51-66.
- Karaca, O. B. & Yıldırım, O. (2020). Arap mutfak kültürünün Adana gastronomi turizminin gelişmesindeki yeri: Yerel halkın görüşleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 41-55.
- Karaca, O. B., Yıldırım, O. & Çakıcı, C. (2015). Gastronomi turizminde otlar, ot yemekleri ve sağlıkla ilişkisi üzerine bir değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 27-42.
- Kargılioğlu, Ş. & Ayyıldız, S. (2018). Mutfak kültürünün sürdürülebilirliği bakımından yöresel yiyeceklerin menülerde yer alma düzeyi: Sinop ölçeğinde bir araştırma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(86), 346-355.
- Kesici, M. (2012). Kırsal turizme olan talepte yöresel yiyecek ve içecek kültürünün rolü. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 33-37.
- Kılınç Şahin, S., İşlek E. & Bingöl, Z. (2018). Gaziantep mutfak kültüründe yer alan klasik lezzetlerden örnekler. *Türkbilim*, 8(özel sayı), 52-59.
- Kırmızı, Ö. (2016). *Erdemli Halk Kültürü*. Mersin: Mersin Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.
- Kızıldemir, Ö. (2019). Afyonkarahisar mutfak kültürü üzerine bir değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 647- 663.
- Kızıldemir, Ö. (2020). Edirne mutfak kültürü üzerine bir değerlendirme. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(12), 100-113.
- Konaklıoğlu, E., Durlu Özkaya, F., Lokmanoğlu, Y. & Enes, K. (2017). Tarsus'un yerel değerleri ile gastronomi turizmi açısından potansiyelinin belirlenmesine ilişkin mevcut durum araştırması. 1. Uluslararası Tarsus Gastronomi Günleri, Tarsus.
- Korkmaz, S. & Tekman, T. K. (2021). Yozgat Yöresi Yemek ve Tatlı Kültürünün Sürdürülebilirliği. *Folklor/Edebiyat*, 27(1), 299-320.
- Küçük, M. & Onur N. (2020). Gastronomi turizmi ve Side mutfak kültürü üzerine genel bir değerlendirme. *Review of Tourism Administration Journal*, 1(1), 41-52.
- Lee, K. H. (2014). The Importance of food in vacation decision-making: Involvement, lifestyles and destination activity preferences of international slow food members. PhD Thesis, Queensland Üniversitesi, Avustralya.

- Long, L. M. (2004). *Culinary Tourism*. Lexington: The University Press of Kentucky.
- Mason, M. (2010). Sample size and saturation in PhD studies using qualitative interviews. *Forum Qualitative Social Research*, 11(3), 1-19.
- Oktay, K., Tecimen, M. & Tecimen, E. (2017). Çankırı mutfak kültürünün turizm potansiyelinin incelenmesi. *I. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi* içinde (ss. 1019-1027), Kastamonu.
- Öktem, Ş. (2014). Standart reçetelerin turizm sektöründe sürdürülebilirliğe katkısı: Mersin yöresi kahvaltı örnekleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 24-33.
- Okumuş, F., Kock, G., Scantlebury, M. M. G. & Okumuş, B. (2013). Using local cuisines when promoting small Caribbean island destinations. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(4), 410-429.
- Örgün, E., Solunoğlu, S. & Solunoğlu, A. (2020). Yerel mutfak kültürünün sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi: Nevşehir örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, Special Issue (4), 622-632.
- Özdemir, F. & Güngör, B. (2016). Kültürel bir değer olarak unutulmaya yüz tutmuş geleneksel Hatay yemekleri ve bu kültürel değerlerin korunması önerileri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Özel sayı 1), 190-199.
- Özer, Ç., Albayrak, A. & Ağan, C. (2021). Türkiye’de yaşayan Boşnaklar ve mutfak kültürü üzerine bir araştırma. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(1), 407-428.
- Özkan, M. & Yetim, H. (2018). Çeçen mutfak kültürü ve yeme alışkanlıkları üzerine bir değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 352-363.
- Quan, S. & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297-305.
- Samatova, G., İnce, C. & Turganbaeva, N. (2020). Kırgız Mutfak Kültürünün Yaşayan Efsanesi: Taş-Kordo. *Uluslararası CEO Sosyal Bilimler Kongresi* içinde (ss. 182-190), Bosna Hersek.
- Sandıkçioğlu, T. (2016). *Türk Mutfak Kültürü*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Sarı, E. (2011). Kurşunlu mutfak kültüründe Keşkek: Geçmişi, bugünü ve yarını. *Milli Folklor*, 23(90), 185-194.
- Seçim, Y. & Genç, N. A. (2019). SİNOP yöresel mutfağının unutulmaya yüz tutmuş tatlarının değerlendirilmesi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (44), 302-319.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.
- Solmaz, Y. & Dülger Altınır, D. (2018). Türk mutfak kültürü ve beslenme alışkanlıkları üzerine bir değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 108-124.
- Süslü, C., Eryılmaz G. & Demir, E. (2020). Coğrafi İşaretili ürünlerin gastronomi kapsamında değerlendirilmesi: Mersin ili örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(2), 135-149.
- Şahin, S. Z. (2019). Çorum mutfağının gastronomi turizmi potansiyeli. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2550-2565.

- Şahin Perçin, N. & Keskin, S. N. (2019). Tarsus mutfağına özgü bir lezzet: Cezerye. *IV. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi* içinde (ss. 164-168), Nevşehir.
- Şen, A., Cebirbay, M. A. & Aktaş, N. (2015). Yörüklerin mutfak kültürü ve beslenme alışkanlıklarına ilişkin nitel bir araştırma: Karaman örneği. *II. Uluslararası Halk Kültürü Sempozyumu* içinde (ss. 405-409), Ankara.
- Şengül, S. & Türkay, O. (2017). *Türkiye'nin Yöresel Mutfakları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şimşek, E. & Kızıldemir, Ö. (2020). Tekirdağ mutfak kültürü üzerine bir değerlendirme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 758-775.
- Tarım ve Orman Bakanlığı (2021). Mersin Tarımsal Yatırım Rehberi. https://www.tarimorman.gov.tr/SGB/TARYAT/Belgeler/il_yatirim_rehberleri/mersin.pdf adresinden alınmıştır.
- Tarsus Kaymakamlığı (2022). Tarsus'ta Sanayi ve Tarım. <http://www.tarsus.gov.tr/sanayi-ve-tarim> adresinden alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2022). Tarsus'un Coğrafi İşaretli Ürünleri. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cograf-i-isaretler/liste?il=33> adresinden alınmıştır.
- Tracy, S. J. (2020). *Qualitative Research Methods Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact*. New York: John Wiley and Sons Inc.
- Üzülmez, M. & Onur, M. (2021). Osmaniye mutfak kültüründe yer alan yemek ritüelleri üzerine bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1349-1368.
- Yalın, G. (2020). Kaybolmakta olan yerel mutfak kültürünün turizme kazandırılması: Balıkesir ili Edremit körfezi örneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 101-113.
- Yarış, A. & Durlu Özkaya, F. (2015). Amerikan Mutfak Kültürünün Gelişim Süreci. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 90-101.
- Yayla, Ö. (2021). *Coğrafya ve Lezzet: Seçilmiş Yemekler Üzerinden Türkiye'nin Lezzet Anlayışı*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, Ö. E. (2016). *Turistik Ürün Olarak Gastronomi*. H. Kurgun & D. Bağırhan Özşeker (Ed). Gastronomi ve turizm içinde (ss. 27-44). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılmaz Çildam, S. (2021). *Kültürel coğrafya denemesi olarak Siirt mutfak kültürü*. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 25(1), 305-325.
- Yüncü, H. R. (2010). *Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası*. S. Şengel (Ed.). 10. Aybastı-Kabataş kurultayı içinde (ss. 27-34). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zağralı, E. & Akbaba, A. (2015). Turistlerin destinasyon seçiminde yöresel yemeklerin rolü: İzmir Yarımadası'nı ziyaret eden turistlerin görüşleri üzerine bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 10(40), 6633-6644.

Zengin, B. & Gürkan, A. S. (2019). Afyonkarahisar mutfağının gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 225-240.

An Evaluation On Tarsus Cuisine From Food and Beverage Business Owners' Perspective**Meral ÜZÜLMEZ**

Osmaniye Korkut Ata University, Kadirli Faculty of Applied Sciences, Osmaniye/Turkey

Seda Nur KESKİN GÖK

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Institute of Social Sciences, Nevşehir/Turkey

Extensive Summary

One of the most important factors that make the culture and identity of a region stand out is the cuisine of the region (Long, 2004: p. 24; Chang, Kivela and Mak, 2010: p. 989; Hillel, Belhassen, Shani, 2013: p. 201; Canbolat, Keleş, and Akbaş, 2016: p. 76). In this context, the cuisine of a region refers the holistic and unique structure consisting of the types of food and beverages and their preparation, cooking, storage process, the space and equipment used, the tradition of eating and drinking, and the traditions and practices developed in this context (Doğdubay and Giritlioğlu, 2011: p. 434-435). From this point of view, it is stated that the culinary culture of any society is shaped within the framework of many factors such as the historical development, geographical structure, diet (Yarış ve Durlu Özkaya, 2015: p. 91; Sandıkçioğlu, 2016: p. 3), climate and agricultural characteristics of the region (Işıldar, 2016: p. 55), socioeconomic structure, religious characteristics, migrations, wars and interactions with other societies (Solmaz, 2018: p. 119).

The cuisine of a region has been associated with travel since prehistoric times (Kesici, 2012: p. 35). In this context, curiosity about the culinary culture of the region, the desire to experience and learn the culture are accepted as one of the important factors for tourists to visit a region (Cömert, 2014, p.65; Lee, 2014, p. 20). Yıldız (2016), on the other hand, states that any local cuisine appeals to the taste experiences of the visitors as an important attraction factor, and it plays an important role in increasing the preferability and brand value of the region. For this reason, it can be stated that the kitchen elements, which are unique to the region and have distinctive features, are among the most important elements that increase competitiveness by making a difference in the marketing of the regions.

When considered in terms of eating and drinking culture, Tarsus cuisine is one of the cuisines with its own distinctive and distinctive features. Tarsus, which has an important place in history, has a history of 10 thousand years. In addition, Tarsus has preserved its originality with its natural beauties, historical past, prehistoric cultures, different religions and societies, and the value of this past until today. This uniqueness combined with its socio-economic and geographical structure has enriched the culinary culture of the region. Although it is stated that Tarsus cuisine is an important culinary culture due to its distinctive features, it is emphasized that there is not enough promotion of the region specific to the region, and the effect of the products in the context of destination image and city branding is low (Süslü, Eryılmaz, & Demir, 2020: p. 144). In this context, it is an important issue to identify and introduce the local characteristics of Tarsus cuisine. From this point of view, in this study, it is aimed to reveal what the food and drinks are in the Tarsus culinary culture from the business owners' perspective in Tarsus and which foods and beverages are the most representative of the Tarsus cuisine in daily life. In addition, it is among the sub-objectives of the research to find out whether the food and beverages belonging to the Tarsus region are included in the enterprises and what should be done in order to transfer the food and beverages specific to Tarsus to future generations without being forgotten.

Semi-structured interview technique, which is one of the qualitative research methods, was used in the research. In this context, data were collected through an interview form prepared on the basis of studies in the literature (Karaca and Yıldırım, 2020; Korkmaz and Tekman, 2021; Özer, Albayrak and Ağan, 2021). The interview form was shaped with questions that would provide data for the purpose of the research in addition to the questions that would reveal the culinary culture of Tarsus. The criterion sampling technique, which is one of the purposive sampling methods, was used in the research. The data were collected by face-to-face interviews with food and beverage business owners between February 01 and February 28, 2022 and were obtained from a total of 15 participants. Content analysis was applied to the responses obtained from the business owners.

It has been revealed that all of the business owners participating in the research are male and their average age is 58. When the business owners' informations about their businesses is examined, it is seen that the beginning of the activity in the region is quite old. In line with the purpose of the research, a total of 17 codes were obtained from the answers given to the business owners to the question "Can you provide information about the food and beverages in the Tarsus culinary culture?". When the codes were examined, it was seen that the participants mostly stated the expressions of *findık lahmacun*, *humus* and *Tarsus kebab* about the foods and beverages specific to Tarsus cuisine, while the least specified food and drink in the participants' responses were found to be *trotter soup* and *mother-daughter*. The 17 codes obtained from the business owners' opinions about what the food and drinks in the Tarsus culinary culture are, were combined in 5 categories as 'Main dishes', 'Desserts', 'Beverages', 'Pastry' and 'Soups'. Main courses account for 40% of business owners' answers about the foods and beverages specific to Tarsus cuisine, while desserts make up 26%, beverages (14.8%) and pastries (14%).

Participants were also asked about their views on the foods and beverages that best represent Tarsus cuisine. Accordingly, 30% of the participants' answers about the foods and beverages that best represent Tarsus cuisine is *humus*. In addition, 26% of the participants' answers are "*hazelnut lahmacun*", and 22% of the participants' answers are "*Tarsus kebab*". In the research, a question was also asked to the business owners whether they include the flavors unique to Tarsus cuisine in their businesses. Except for 1 business owner who participated in the research, all of them stated that they include the flavors of Tarsus cuisine in their business menus. In this context, business owners were also asked why they include these flavors in their businesses. In this context, when the answers given by the business owners are examined, it has been determined that more than half of the business owners' answers include the flavors unique to Tarsus because it is a local flavor. The question as "Do you think that the culinary culture of the Tarsus region has been forgotten within the scope of the research? Why?" was also directed to the business owners. In this context, business owners refer the opinion that Tarsus culinary culture is not forgotten. After the question, the business owners were asked what should be done to transfer the culinary culture of the Tarsus region to future generations. In order to transfer Tarsus culinary culture to future generations, 27.5% of the answers given by the participants are about training and supporting masters and apprentices. In addition, 25% of the answers of the participants are for the promotion of the local tastes and 17.5% for the vocational training.

In the study, gastronomy stakeholders in Tarsus emphasize that *hummus*, *kebab*, *hazelnut lahmacun*, *turnip* and *highland dip* are products protected by geographical indication registration, and this may contribute to the competitive advantage of the region. For this purpose, activities such as festivals, fairs, local food days and geographically marked product days can be organized to contribute to the promotion and marketing activities of Tarsus, which will

attract tourists to Tarsus in large numbers. In these events, significant gains can be made for the geographically marked food products of Tarsus to be shared and recognized by large masses, and the awareness of the tourists to the region can be increased. Moreover, it can be stated that local foods can be an important source of motivation in terms of offering original and unique experiences to tourists. For this reason, it is recommended to inform and support food and beverage businesses in order to ensure that these products are included in most of the food and beverage businesses in Tarsus so that tourists can easily access local food and beverages.

Evrak Tarih ve Sayısı: 21.12.2021-E.46487



HİZMETE ÖZEL
T.C.
OSMANİYE KORKUT ATA ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu

Sayı : E-59754796-108.01-46487
Konu : Dr. Öğretim Üyesi Meral ÜZÜLMEZ

21.12.2021

KADIRLI UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ DEKANLIĞINA

İlgi : 06.12.2021 tarihli ve 43731 sayılı yazınız.

İlgi sayılı yazınız ekinde göndermiş olduğunuz Fakülteniz öğretim üyelerinden Dr. Öğr. Üyesi Meral ÜZÜLMEZ' in Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Başvurusuna ilişkin, kurulumuzca alınan 20.12.2021 tarih ve 2021/12/3 sayılı karar ekte sunulmuştur. Söz konusu kararların ilgili öğretim üyesine bildirilmesi hususunda gereğini bilgilerinize arz/rica ederim.

Prof. Dr. Adem TUTAR
Kurul Başkanı

Ek:20.12.2021 tarih ve 2021/12/3 sayılı karar (1 sayfa)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu : BSN4KHZT23 Pin Kodu : 77462

Belge Takip Adresi : https://ebys.osmaniye.edu.tr/envision/validate_doc.aspx

Adres : Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Karacaöğlan Yerleşkesi Fakülteyi Osmaniye
Telefon : 0328 825 1818 Faks:0328 825 0097
e-Posta : genelsekreterlik@osmaniye.edu.tr
Kep Adresi : oku@hs01.kep.tr

Bilgi için : Ensar KELEŞ
Unvanı : Memur



HİZMETE ÖZEL

OSMANİYE KORKUT ATA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA ve YAYIN ETİĞİ KURULU
TOPLANTI KARARI

Karar Tarihi	Toplantı Sayısı	Karar Sayısı
20.12.2021	12	2021/12/3

Saat: 10.00

Toplantı Yeri: COVID-19 tedbirleri kapsamında, toplantı elektronik ortam üzerinden yapılmıştır.

Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu 20.12.2021 tarihinde elektronik ortam üzerinden toplandı ve aşağıdaki kararı aldı:

Karar 3. Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Kadirli Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dekanlığı'nın 06.12.2021 tarih ve E.43731 sayılı yazısı ekinde gönderilen, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümünde görev yapan Dr. Öğretim Üyesi Meral ÜZÜLMEZ'in 03.12.2021 tarih ve "Yiyecek İçecek İşletme Sahipleri Gözüyle Tarsus Mutfağına İlişkin Bir Değerlendirme" başlıklı araştırması hakkında görüşüldü.

Sonuç olarak; Meral ÜZÜLMEZ'in 03.12.2021 tarih ve "Yiyecek İçecek İşletme Sahipleri Gözüyle Tarsus Mutfağına İlişkin Bir Değerlendirme" başlıklı araştırmasını yapabilmesinin Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi hükümlerine uygun olduğu kanaatine varılarak araştırma için bu belgenin "**Etik Kurul Onay Belgesi**" olarak verilmesine toplantıya katılan üyelerimizin oy birliği ile karar verilmiştir.

Prof. Dr. Adem TUTAR	Başkan	Kabul
Prof. Dr. Ahmet DEMİRTAŞ	Başkan Yardımcısı	Kabul
Prof. Dr. Mahmut Hamil NAZİK	Üye	Kabul
Prof. Dr. Bülent KIRMIZI	Üye	Kabul
Prof. Dr. Selim COŞKUN	Üye	Kabul
Prof. Dr. Cengiz GÖKŞEN	Üye	Kabul
Prof. Dr. Bülent ÖZ	Üye	Kabul

Prof. Dr. Adem TUTAR
Başkan

Prof. Dr. Ahmet DEMİRTAŞ
Başkan Yardımcısı

Prof. Dr. Mahmut Hamil
NAZİK
Üye

Prof. Dr. Bülent KIRMIZI
Üye

Prof. Dr. Selim COŞKUN
Üye

Prof. Dr. Cengiz GÖKŞEN
Üye

Prof. Dr. Bülent ÖZ
Üye

