



Kapadokya Bölgesindeki Şeflerin Füzyon Mutfak Bilgi Düzeyleri ve Kullanım Sıklıkları Üzerine Bir Araştırma (A Study on Knowledge Level and Usage Frequency of Fusion Cuisine by Chefs in Cappadocia Region)

* **Gülseli EVLİYAĞLU**^a , **Emrah KESKİN**^b 

^a Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Tourism Research Institute, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Nevşehir/Türkiye

^b Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Nevşehir/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 09.08.2023

Kabul Tarihi: 26.12.2023

Anahtar Kelimeler

Füzyon mutfak

Kapadokya

Mutfak uygulamaları

Öz

Füzyon mutfak, farklı kültürlerin mutfak geleneklerini birleştirerek yeni ve benzersiz lezzetler yaratmayı amaçlayan bir yaklaşımdır. Göç, küreselleşme ve kültürel etkileşim gibi faktörler, füzyon mutfağın kökenlerini oluşturur. Bu yaklaşım, geleneksel tarifleri ve pişirme tekniklerini bir araya getirerek mutfağa yenilik kazandırır. Füzyon mutfağın popülerliği, insanların yeni ve farklı lezzetler keşfetme isteğiyle artmıştır. Restoranlar, şeflerin yaratıcılığını kullanarak farklı kültürlerden esinlenen menüler sunar. Füzyon mutfağın gelişimi, gastronomi biliminin ilerlemesiyle birlikte yiyecek ve içecek üretiminin çeşitlenmesini ve ticari değerini artırmıştır. Bu çalışmada, Kapadokya bölgesinde çalışan şeflerin füzyon mutfak bilgi düzeylerinin ve bu uygulamayı mutfaklarında kullanma sıklıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme tekniği kullanılarak Kapadokya bölgesinde çalışan 18 mutfak şefi ile görüşülmüştür. Turistik açıdan önemli bir bölge olması ve bölgede çok sayıda restoran ve otel bulunması sebebiyle araştırma bölgesi olarak Kapadokya bölgesi seçilmiştir. Aynı zamanda bu bölgede mutfak şefi sayısı oldukça fazla olduğundan, araştırmaya önemli katkıları olabileceği düşünülmüştür. Çalışma sonucunda Kapadokya bölgesindeki şeflerin füzyon mutfak kavramına hakim oldukları fakat füzyon mutfak ürünlerine menülerinde yeterince yer vermedikleri belirlenmiştir.

Keywords

Fusion cuisine

Cappadocia

Culinary applications

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Abstract

Fusion cuisine is an approach that aims to create new and unique flavors by combining the culinary traditions of different cultures. Factors such as migration, globalization and cultural interaction are the origins of fusion cuisine. This approach brings innovation to cuisine by combining traditional recipes and cooking techniques. The popularity of fusion cuisine has increased with people's desire to discover new and different flavors. Restaurants offer menus inspired by different cultures, using the creativity of chefs. The development of fusion cuisine has increased the diversification and commercial value of food and beverage production with the advancement of gastronomy science. In this study, it was aimed to determine the level of fusion cuisine knowledge of chefs working in the Cappadocia region and the frequency of using this practice in their kitchens. For this purpose, 18 chefs working in the Cappadocia region were interviewed using the interview technique, one of the qualitative research methods. Cappadocia region was chosen as the research region because it is an important touristic region and there are many restaurants and hotels in the region. At the same time, since the number of chefs in this region is quite high, it was thought that they could make important contributions to the research. As a result of the study, it was determined that the chefs in the Cappadocia region are familiar with the concept of fusion cuisine, but they do not include fusion cuisine products in their menus sufficiently.

* Sorumlu Yazar

E-posta: gulselievliyaoglu@gmail.com (G. Evliyaoglu)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1352

GİRİŞ

Toplumun kültürel özelliklerini yansıtan maddi ve manevi değerler arasında mutfak önemli yere sahiptir. Coğrafi konum, üretim yöntemleri, tarihsel gelişim, ekonomik, politik ve kültürel ilişkiler, inançlar ve etnik yapı yöresel yemek anlayışını doğrudan etkilemektedir (Altunsaban vd., 2016). Yemek kültürü, bir toplumun beslenme biçimini, bunun için kullandığı yiyecek ve içecekleri, bu besinlerin elde edilme biçimini, saklama koşullarını ve hazırlanış biçimlerini ifade eder (Albayrak, 2013).

Orta Çağ'dan günümüze kadar geçen süreçte yaşanan göç, sanayileşme ve teknolojik gelişmeye bağlı olarak çeşitli toplumsal değişimler, ülkelerin ve bölgelerin yemek kültürlerinde farklılaşmaya yol açmıştır. Meydana gelen bu farklılaşma dünya mutfaklarının küreselleşmesini sağlasa da gastronomi alanında yeni mutfak akımlarının gelişmesine de etki etmiştir (Hall & Mitchell, 2003). Bu mutfak trendlerinden birisi olan füzyon mutfak, en az iki mutfağın malzemelerini, baharatlarını ve kendine özgü tekniklerini bir araya getirerek bambaşka bir yemek meydana getirme olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde füzyon mutfak, yiyecek ve içecek endüstrisinde de bir ürün geliştirme stratejisi olarak kullanılmaktadır. Yiyecek ve içecek işletmeleri, pazarlama stratejilerinde avantaj sağlamak için farklı kültürlerle ait ürünleri bir araya getirerek ve farklı sunumlarla zenginleştirerek sundukları füzyon mutfak ürünleri sayesinde öne çıkmaktadır. (Doğdubay vd., 2007). Çünkü bu işletmeler stratejik konumlarını ve pazardaki varlıklarını sürdürmek için yeni ürünler geliştirmek zorundadır (Samen, 2008). Ayrıca, yerel mutfak kültürünün turistleri etkilemesi, yerel yiyecek ve içecek işletmelerinin pazarlama faaliyetlerinde büyük bir avantaj elde etmesine katkı sağlamıştır (Hacıoğlu vd., 2009).

Füzyon mutfak, şeflere yaratıcılık ve özgünlük sağlayan, farklı kültürlerin mutfakları arasında köprü kurarak yeni tarifler ve tatlar yaratmaya imkan sunan bir mutfaktır. Füzyon mutfak yaklaşımı dünyanın farklı bölgelerinden geleneksel yemekleri bir araya getirerek kültürel çeşitliliği güçlendirmektedir. Bu durum, kültürler arasındaki diyalogun gelişmesine katkı sağlar ve insanları yeni tatlar ve deneyimlerle tanıştırır. Geleneksel yemeklerde kullanılmayan veya nadiren kullanılan malzemelerin eklenmesini sağlayarak malzeme çeşitliliğinin artırılmasına ve böylelikle, daha geniş bir lezzet çeşitliliğinin meydana gelmesine bunun yanı sıra yeni aromaların keşfedilmesine olanak tanır (Ayduğ vd., 2020).

İlgili literatürde turistlerin yiyecek tüketim tercihleri ile tatil yeri tercihleri arasında ilişki olduğunu ortaya koyan çok sayıda araştırma bulunmaktadır (Bessière, 1998; Hall & Mitchell, 2001; Hall & Sharples, 2004; Cohen & Avieli, 2004; Okumuş vd., 2007; McKercher vd., 2008). Lan ve arkadaşları (2012), gastronomi amaçlı seyahat eden turistlerin gittikleri destinasyonlarda yeni tatlar aradıklarını, yeni deneyimler kazanmak istediklerini ve farklı konseptlerde yemek deneyimi yaşamayı istediklerini tespit etmiştir. Bu noktada turistleri bir destinasyona çekmek, yeni ve farklı yemek deneyimleri yaşatmak için füzyon mutfak uygulamalarının oldukça önemli olduğu ve bu yeni akımın o destinasyona olan talebi artırabileceği vurgulanmaktadır (Can vd., 2012; Erdem vd., 2012; Önçel, 2015). Aynı şekilde Staiff ve Bushell (2013), restoranlarda füzyon mutfağı uygulamalarının turistleri destinasyona çekmede etkili bir araç olduğunu ileri sürmektedir. Ayrıca füzyon mutfak akımının şeflerin yaratıcılığını geliştirerek yeni ve çeşitli yemeklerin gün yüzüne çıkmasına katkı sağladığı da ifade edilmektedir (Janer, 2007).

Füzyon mutfak ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde Erdem ve Akyürek (2018), Türkiye'nin zengin mutfak kültürünün, füzyon mutfak için oldukça geniş bir yelpazede fırsatlar yarattığını belirtmiştir. Türkiye'deki restoranlar genellikle Uzak Doğu mutfağını Batı ve Avrupa mutfağıyla, Türk mutfağını İskandinav, Avrupa ve Akdeniz

mutfaklarıyla sentezleyerek menülerinde füzyon mutfağa yer vermektedir. Ayduğ ve arkadaşlarının (2020) çalışmasına göre, Çanakkale ilinde görüşülen şeflerin bir kısmının, Çanakkale’de yöresel ürün çeşitliliği ve kalitesi dikkate alınarak füzyon mutfağa uygun ürünlerin oluşturulabileceği görüşünde oldukları belirtilmiştir. Bunun yanı sıra bazı şefler, Çanakkale’nin yerel ürünlerinin, Uzak Doğu ülkelerinin teknikleriyle ve İtalya’nın geleneksel tarifleriyle uyumlu olabileceğini belirtmiştir.

Hazırlanan bu çalışma ise, Kapadokya bölgesindeki şeflerin füzyon mutfağa ilişkin bilgi düzeylerini ve deneyimlerini, aynı zamanda bu bölgedeki restoranlar ve mutfaklarda füzyon mutfak tariflerinin ne sıklıkla kullanıldığını belirlemeyi hedeflemektedir. Çalışmada ayrıca, Kapadokya’daki şeflerin füzyon mutfak trendine uyum sağlama düzeyleri de belirlenmeye çalışılmıştır. Bu çalışma, Kapadokya bölgesindeki şeflerin füzyon mutfağa ilişkin bilgi düzeylerini, deneyimlerini ve uygulamalarını ortaya koyarak, Türkiye’deki füzyon mutfak uygulamalarına dair daha kapsamlı bir bakış açısı sağlayacaktır. Ayrıca, Kapadokya bölgesindeki restoranlarda füzyon mutfak tariflerinin ne sıklıkla kullanıldığını belirleyerek, bu bölgenin füzyon mutfak turizmi açısından potansiyelini ortaya koyacaktır. Çalışma aynı zamanda, Kapadokya bölgesinin füzyon mutfak turizmi açısından potansiyelini ortaya koyarak, bu alandaki araştırmaları teşvik edecek ve füzyon mutfak trendine uyum sağlama konusunda şeflere yönelik araştırmaları artırarak, bu alandaki bilgi birikiminin artmasına yardımcı olacaktır.

Kavramsal Çerçeve

Günümüzde yaşanan teknolojik ilerlemeler, sanayileşme ve kentleşme gibi faktörler sonucunda çeşitli toplumsal değişimler meydana gelmekte ve bu değişimlere paralel olarak geleneksel mutfak kültüründe ve beslenme alışkanlıklarında da değişimler yaşanmaktadır. Bu değişimler tat ve sunum tekniklerine de yansımış ve mutfaklarda yeni uygulamaların ortaya çıkmasına katkı sunmuştur (Sarioğlan, 2013; Kivela & Crotts, 2005).

Füzyon mutfak, çeşitli ülkelerin pişirme teknikleri ve malzemelerinin kasıtlı olarak aynı tabakta karıştırılması veya birleştirilmesi anlamını taşımaktadır. Füzyon, “birlik” anlamına gelir (Newman, 2013). Son yıllarda yemek kültürüne damgasını vuran füzyon mutfağı, “dünya mutfağının farklı yemek anlayışlarını sentezleyerek yeni mutfaklar, yeni yiyecekler ve yeni tatlar yaratmak” olarak tanımlanmıştır (Zairi, 2001; Tomita & Sector, 2002). Füzyon mutfağı üç farklı yöntemle sınıflandırılmaktadır. İlk olarak, yakın bölgelerde farklı kültürlere ait yemeklerin bir araya gelerek ortaya çıkması söz konusudur. İkinci yöntem olarak adlandırılan eklektik yaklaşım, yemek kültürünü belirlemek için kullanılan ve diğer mutfak teknikleri ve malzemelerine de başvurulmuş bir yöntemdir (Adlam, 2012; Ismail, 2005). Son yöntem ise herhangi bir mutfak belirleyicisi olmaksızın tüm dünya mutfaklarını birleştirmektir. Türk mutfağının önemli bir özelliği, geniş yeme-içme seçenekleri ve kültürel çeşitliliği sayesinde her üç yöntemin de kolaylıkla kullanılabilmesidir. Tüm bu açıklamalardan hareketle füzyon mutfağını, bir mutfak kültürünün diğerine egemen olmasına izin vermeden yeni, farklı ve özgün tatlar yaratmak için bilinçli bir çaba sonucunda en az iki farklı ulusal mutfak kültürünün aynı tabakta birleştirilmesi olarak tanımlamak mümkündür (Can vd., 2012). Füzyon mutfak uygulamaları, yeni, farklı ve özgün sonuçlar elde etmek için iki ulusal mutfağı bilinçli bir şekilde birleştirme ilkesine dayanmaktadır. Farklı ulusların mutfak malzemeleri, işleme ve pişirme teknikleri gibi süreçlerin sentezlenmesi, birleştirilmesi ve her mutfaktaki yiyeceklerden tamamen farklı bir yiyeceğin ortaya çıkarılması füzyon mutfağının temelini oluşturur (Doğdubay vd., 2017).

Füzyon mutfak uygulamaları incelendiğinde, Durlu-Özkaya ve arkadaşları (2020), vegan diyeti uygulayan kişiler için bir keşkül tarifi geliştirmiştir. Yapılan duyusal değerlendirme sonucunda, geliştirilen tarifin görünüm, doku,

aroma ve tat açısından yüksek bir kaliteye sahip olduğu ve bu tarifi satın alma niyetini artırdığı belirlenmiştir. Yayla ve arkadaşlarının (2020) gerçekleştirdiği bir çalışmada, yerel halkın algıladığı Türk mutfağı imajını güçlendirmeye yönelik bir tatlı ürünü geliştirme çalışması yapılmıştır. Bu çalışmada, turistlerin Türk mutfağı hakkındaki izlenimlerini değerlendirmede sağlık, lezzet ve sunumun etkili olduğu bulunmuştur. Bu doğrultuda ürün geliştirme çalışmaları yapılmış ve geliştirilen ürünlerin, turistlerin ürünlere bakış açısını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Şimşek ve arkadaşları (2020), veganlar ve çölyak hastaları için Türk tatlısı olan kazandibine yönelik ürün geliştirme çalışması yürütmüştür. Geliştirilen standart reçete, eğitilmiş panelistler ve tüketiciler tarafından duysal olarak değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda her iki test grubunda da katılımcıların geliştirilen tatlıyı beğendiği ve almaya hazır oldukları ortaya çıkmıştır. Doğdubay ve arkadaşları (2017), kinoa bitkisi ile Türk yemeklerinin uyumunu araştırmışlardır. Kinoa'nın kendine has aromasının olması, diğer besinlerle karıştırılığında baskın tat ve koku oluşturmaması ve Türk damak tadına uygunluğu sebebiyle son yıllarda yoğun ilgi gösterildiği sonucuna varılmıştır. Demir'in 2014 yılındaki çalışmasında tarhana yapımında kinoa kullanılmıştır. Bu çalışmaya göre, tarhana yapımında %50 kinoa unu kullanıldığında, besin değerleri açısından en iyi sonuç elde edilen tarhana ortaya çıkmaktadır. Tüm bunlar farklı yöntem ve farklı ürünlerin kullanılması ile ortaya çıkan füzyon mutfağın Türk mutfak kültüründe de yer almaya başladığını ortaya koymaktadır.

Araştırmanın Amacı

Füzyon mutfak, farklı kültürlerin yemeklerini birleştirerek yeni ve benzersiz tatlar oluşturmayı hedefleyen bir yaklaşımdır. Kapadokya bölgesi, zengin tarihi ve kültürel mirasıyla tanınan bir turistik destinasyon olup, farklı mutfak geleneklerini ve lezzetleri bir araya getiren bir bölge olarak bilinmektedir. Bu nedenle bu çalışmada Kapadokya bölgesindeki şeflerin füzyon mutfak konusundaki bilgi düzeylerinin belirlenmesi ve bu mutfak tarzını ne sıklıkta kullandıklarının tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Veri Toplama Yöntemi

Nitel araştırma, farklı disiplinlerin birleştiği bütüncül bir perspektifi benimseyerek, araştırma sorununu anlayışsal bir yaklaşımla inceler. Araştırmanın konusu ve olaylar, kendi içinde değerlendirilir ve insanların onlara atfettikleri anlamlar açısından yorumlanır (Altunışık vd., 2010). Bu nedenle, çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılması uygun bulunmuştur. Veriler, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Etik Kurulu 27.07.2023 tarih ve 2023.08.222. karar numarası ile alınmıştır.

Bu çalışmada, katılımcıların kimliklerini korumak ve gizliliği sağlamak amacıyla kodlama sistemi kullanılmıştır. Görüşmeler sırasında, katılımcıların gerçek isimleri yerine belirli bir kod ile temsil edilmiştir. Bu kodlama, katılımcıların gizliliğini maksimum düzeyde koruma ve araştırmanın tarafsızlığını sağlama amacı taşımaktadır. Bu yaklaşım, katılımcıların mahremiyetini güvence altına alırken, aynı zamanda araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği üzerinde olumsuz bir etki bırakmamıştır. Katılımcıların gerçek isimleri yerine kodlamanın tercih edilmesi, araştırmanın etik yönergelerine uygunluğunu vurgulamaktadır. Bu kodlama, makalenin ilgili bölümlerinde belirtilmiş olup, okuyucuların araştırma sürecini anlamalarına yardımcı olacak bir çerçeve sunmaktadır. Bu bağlamda, araştırmaya katılan farklı yaş ve cinsiyet gruplarına ait toplam 18 katılımcı K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15, K16, K17 ve K18 şeklinde kodlanmıştır.

Katılımcılara araştırmanın amacı, süresi ve katılımcıların hakları hakkında bilgi verilmiştir. Verilen bilgiler arasında katılımcıların araştırmaya katılmayı kabul etme veya reddetme hakları olduğu belirtilmiştir. Üç katılımcı araştırmaya katılmayı reddetmiş, on sekiz katılımcı araştırmaya katılmayı kabul etmiştir. Katılımcıların kişisel bilgileri gizli tutulmuştur ve verileri sadece araştırma amaçlı kullanılmıştır.

Araştırma için, Kapadokya bölgesindeki şeflere yöneltilmek üzere tasarlanmış olan görüşme formu, füzyon mutfak konusundaki bilgi seviyelerini ve füzyon mutfağı tariflerde veya menülerde ne sıklıkla kullandıklarını ölçmeyi amaçlamıştır. Bu görüşme formu toplamda 12 sorudan oluşmaktadır. Görüşme formunda yer alan sorular alan uzmanlarının yönlendirmeleriyle hazırlanmıştır.

Evren ve Örneklem

Nitel araştırmalarda, araştırmacının aktif olarak incelediği ögeler, insan toplulukları, sosyal gruplar veya çeşitli olaylar ve durumlar gibi farklı olgulardır. Evren terimi bir kıta, ülke, şehir, kurum anlamına gelebileceği gibi meslek, cinsiyet, ırk, yaş, medeni durum gibi belirli demografik özellikleri içeren grupları da ifade edebilir (Baltacı, 2018). Bu nedenle araştırmanın evrenini Kapadokya bölgesinde çalışmakta olan şefler oluşturmaktadır. Araştırmanın odak noktası Nevşehir ili olarak seçilmiştir. Bu seçim, Nevşehir'in Kapadokya bölgesinin turistik açıdan en popüler şehri olmasından kaynaklanmaktadır. Turistik açıdan popüler olması, bölge mutfağının gelişmesine de katkı sağlamaktadır. Nevşehir'in tarihi ve doğal güzellikleri, bu bölgedeki mutfak kültürünün önemli bir parçasını oluşturur. Bu nedenle, Nevşehir'in bölge gastronomisini temsil ettiği düşünülmektedir. Bu bağlamda, araştırmanın örneklemine Nevşehir il ve ilçelerinde faaliyet gösteren restoranlarda çalışan mutfak şefleri oluşturmaktadır. Görüşmenin mutfak şefleri ile yürütülmesinin sebebi, mutfak şeflerinin alt birimlerde çalışan personelleri en iyi şekilde temsil etmesi ve menüleri belirlemesinden kaynaklanmaktadır.

Eğitimbilim çalışmalarında nitel araştırma teknikleri, görüşme gibi yöntemlerle kullanıldığında, nicel araştırma yaklaşımlarının yerine alternatif perspektifler geliştirilmektedir. Nitel araştırma yöntemleri, eğitimbilim çalışmalarında genellikle küçük örneklem üzerinde uygulanmaktadır. Örneğin, bazen amaçlı olarak seçilmiş tek bir katılımcı (n=1) dahi araştırmaya dahil edilebilir (Patton, 1990). Lincoln ve Guba (1985) tarafından ifade edildiği gibi, nitel çalışmalarda örneklem seçimi, en fazla bilgi sağlayabilecek kişilerin seçimi üzerine odaklanmaktadır. Bu nedenle, örneklem büyüklüğü veya küçüklüğü yerine, örneklemde araştırmacının ihtiyaç duyduğu bilgi miktarının karşılanması önemlidir. Örneklem seçimi, temsil edilebilirlik yerine amaçlara dayalı bir şekilde gerçekleştirilmektedir (Türnüklü, 2000). Rubin ve Rubin (1995) tarafından belirtildiği üzere, görüşme tekniğinin kullanıldığı bir eğitimbilim çalışmasında, örneklemin sayısı düşünüldüğünde, elde edilen yanıtların çok az miktarda bilgi sağladığı noktada örneklemin tamamlandığı ifade edilmektedir. Bu bağlamda, elde edilen bilgiler doygunluğa ulaştığında veya yeterli düzeyde olduğunda örneklemin tamamlandığı ifade edilebilir. Patton (1990) konuyu destekler nitelikte ve amaçlı olarak seçilen örneklemin seçiminde, çalışılan konuyla ilgili olarak daha fazla bilgi sunabilecek kişilerin tercih edilmesinin temel amaç olduğunu ve örneklemin sayısı konusunda esneklik olduğunu belirtmektedir. Bu noktadan hareketle, araştırma kapsamında elde edilen bilgilerin yeterli düzeye ulaştığı düşünüldüğünden toplamda 18 mutfak şefi ile görüşme sağlanmış ve görüşülen mutfak şefleri, genel itibarıyla birbirlerine yakın cevaplar verdiği için bu örneklem sayısının yeterli olduğu kanısına varılmıştır.

Bulgular

Araştırma kapsamında 18 mutfak şefi ile görüşülmüş olup, araştırma soruları doğrultusunda elde edilen cevapların düzenlenmiş hali aşağıda sunulmuştur.

Mesleki Deneyim Süreleri

Katılımcıların mesleki deneyim süreleri incelendiğinde, 1 yıldan 30 yıla kadar çalışma süresi kaydedilmiştir. Katılımcıların mesleki deneyim süreleri, ortalama 10 yıl olarak bulunmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Deneyim Süreleri

Katılımcılar	Deneyim Süreleri
K1	1 Yıl
K2	4 Yıl
K3	1 Yıl
K4	3 Yıl
K5	6 Yıl
K6	9 Yıl
K7	9 Yıl
K8	10 Yıl
K9	4 Yıl
K10	6 Yıl
K11	6 Yıl
K12	7 Yıl
K13	30 Yıl
K14	9 Yıl
K15	2 Yıl
K16	18 Yıl
K17	30 Yıl
K18	19 Yıl

Katılımcıların Füzyon Mutfak Hakkındaki Bilgileri

Katılımcıların füzyon mutfak tanımları incelendiğinde birçok tanımla karşılaşmıştır. Şeflere göre füzyon mutfak, farklı ülkelerin mutfak kültürlerinin (K1, K5, K10, K11, K12, K13, K15), yeni tekniklerle (K7, K12) ve şeflerin yaratıcılığıyla (K11, K13) bir araya getirilerek (K1, K5, K6, K9, K10, K11, K12, K15) yeni lezzetler ortaya konması (K10, K13) şeklinde yorumlanabilir. Füzyon mutfak hakkında bilgi sahibi olan şeflerin yanı sıra, füzyon mutfak hakkında tamamen bilgi sahibi olmayan şefler de bulunmaktadır (K3, K14). Fakat genele bakıldığında bu konuda bilgi sahibi olmayan şefler azınlıktadır.

Füzyon mutfakla ilgili katılımcıların görüşlerini anlamak için yapılan görüşme sonuçlarına göre, füzyon mutfak birçok katılımcı tarafından genel hatlarıyla, farklı ülke mutfaklarına ait yemeklerin birleştirilerek ortaya yeni bir yemek çıkarılması olarak tanımlanmaktadır.

Katılımcıların Füzyon Mutfak Deneyimleri

Katılımcılara füzyon mutfak deneyimleri sorulduğunda bu mutfak akımıyla çalışma geçmişi bulunmayanların (K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K10, K14, K15, K18), çalışma geçmişi bulunanlara (K9, K11, K12, K13, K16, K17) göre çoğunlukta olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların çoğu uzun yıllar Kapadokya bölgesinde çalışmakta olduğunu belirtip bu nedenle deneyim sahibi olmadıklarını dile getirmişlerdir. Elde edilen bu bilgiden yola

çıkıldığında, bölge içerisinde sektörde görev yapan aşçıların çoğunluğunun füzyon mutfağı bildikleri fakat uygulamadıkları ifade edilebilir.

Kapadokya Bölgesi Mutfak Kültürü ve Bölgeye Ait Yöresel Ürünler ile Yapılan Yeni Füzyon Yemekler

Katılımcılara Kapadokya mutfak kültürü ve bu bölgeye ait yöresel ürünler ile füzyon yemekler üretip üretemeyecekleri konusunda soru yöneltilmiştir. Katılımcıların çoğu bölgenin mutfak kültürüne uygun ve bu bölgenin yöresel ürünleriyle füzyon mutfağına uygun yemek yapabileceğini söylemiştir. Bu füzyon yemeklere örnek olarak; Türk mantısı soslu ramen (K1), dereotu ile servis edilen kremalı, soğanlı, somonlu Kayseri mantısı (K5), Türk kahveli mantı, küflü peynir kreması (K9), Güney Amerika meyveleriyle hazırlanan zerde (K11), Fransız soslarıyla servis edilen kabak tatlısı (K12), farklı ülkelere ait sebzelerle (kuşkonmaz, tatlı patates gibi) pişirilen suluköfte (K13), patates gömme (közlenmiş patatesin içerisine fırınlanmış ve tiftiklenmiş et) (K14), nohut soslu mantı (K15), kapari çiçeği yatağında dana roastbeef (K17) verilmiştir. Elde edilen bu bulgular, bölge şeflerinin füzyon mutfağı kendi mutfak anlayışlarına dahil ettiklerini göstermektedir.

Şeflerin En Beğenilen Füzyon Yemekleri

Katılımcılara, müşterileri tarafından en beğenilen veya kendilerine ait en popüler füzyon yemeğin hangisi olduğu sorulmuştur. Buna göre, mantı soslu ramen (K1), ketojenik tahinli sufle (K3), yeşil körili tofu (K6), deniz mahsullü imam bayıldı (K7), közlenmiş enginar yemeği (K8), Türk kahveli mantı (K9), Espanyol soslu kayısı yahni (K11), teriyaki soslu glaze kuzu pirzola (K12), inci special beef (K13), beaf lokum ve deniz mahsullü çöktürme kebabı (K14), kavrulmuş kabak çekirdeği soslu ızgara et (K16), penne poromonchini (K17), domuz eti kaburga (K18) cevapları alınmıştır.

Füzyon Mutfak Tariflerinin Menüye Eklenme Sıklığı

Katılımcılara, füzyon mutfak tariflerini çalıştıkları işletmenin menülerine ne sıklıkla ekledikleri sorulduğunda genel olarak şefler çalıştıkları işletmelerin yöresel lezzetlere ağırlık vermesi ve müşteriler tarafından tercih edilmemesi sebebiyle füzyon mutfak tariflerini menülerinde kullanmadıklarını (K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K10, K15, K16, K18) belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra füzyon mutfak tariflerini menülerine ekleyen şefler de bulunmaktadır. Bu şefler, füzyon mutfak tariflerini menülerine ekleme sıklığı olarak, menüde fazlasıyla var (K9), ara sıra (K11), sık sık (K12), yılda bir (K13, K14) ve üç ayda bir (K17) ifadelerini kullanmıştır. Elde edilen bu bilgi füzyon mutfağın henüz yoğun şekilde Kapadokya bölgesindeki işletme mutfaklarına girmediğini ortaya koymaktadır.

Füzyon Mutfak Tercih Eden Müşterilerin Sayısı

Katılımcılara menülerinde bulunan füzyon yemekleri tercih eden müşterilerin sayısı hakkında soru yöneltilmiştir. Genel olarak, menülerinde bulunmaması ve gelen müşterilerin genellikle yöresel yemekler tercih etmesi sebebiyle füzyon mutfak tariflerinin hiç tercih edilmediği (K1, K3, K4, K5, K7, K8, K10, K15, K16, K18) belirtilmiştir. Füzyon mutfak tarifleri tercih edilen şeflere göre, günlük müşteri sayısı 100 olarak ele alındığında, üç kişi (K2), on kişi (K6), kırk kişi (K13, K14), altmış kişi (K17) olarak belirlenmiştir. Bunların haricinde, müşterilerime ben öneriyorum (K9), azınlıkta olan bir kesim (K11), kesin olmamakla beraber tercih eden müşterilerim var (K12) gibi ifadelerde bulunmuşlardır.

Füzyon Mutfak Tariflerinde Kullanılan Mutfak Unsurları

Katılımcılara füzyon mutfak tariflerinde hangi mutfak kültürlerini ve unsurlarını kullanmayı tercih ettikleri hakkında soru yöneltilmiştir. Buna göre katılımcılar, Türk (K1, K14), Kore (K1, K16), Fransa (K2, K5), Japonya (K2), Uzak Doğu (K6, K17, K18), Asya (K7), İtalya (K10, K14, K17), Güney Amerika (K11), Anadolu (K11, K12), Avrupa (K12), Çin (K13), Meksika (K14, K17), Tayvan (K16) ve Hint (K16) mutfaklarına ait yemek kültürlerini tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Aynı zamanda bu mutfaklara ait baharatları, pişirme tekniklerini (K4) ve doğrama şekillerini de kullandıklarını dile getirmişlerdir. Buna ek olarak, deniz mahsulleri ve etin yoğunlukta olduğu mutfakların da (K8) tercih edildiği ifade edilmiştir.

Şeflerin Füzyon Yemekler Oluştururken İlham Aldığı Kaynaklar

Şeflerin füzyon mutfak tariflerini oluştururken ilham aldıkları bazı kaynaklar bulunmaktadır. Katılımcılara füzyon yemekler oluştururken hangi kaynaklardan ilham aldıkları sorulmuştur. Alınan cevaplara göre şefler, kendilerinden ilham aldıklarını, oluşturdukları tariflerin üzerine katarak ilerlediklerini (K1, K3, K5, K13, K16) belirtmişlerdir. Ayrıca internet üzerinden (K2, K3, K6) yapılan çalışmaları inceleyerek, tanınmış şeflerin tariflerini takip ederek (K7, K8, K10, K12, K14, K18), yemek kitaplarını inceleyerek (K7, K8, K9), doğadan ilham alarak (K4), gezip gördüğü ülkelerde deneyimlediği yemeklerden etkilenecek (K17) ve bu ülkelerde tanıştığı insanların anlatımlarına göre (K11) yeni füzyon yemek tarifleri oluşturduklarını dile getirmişlerdir.

Füzyon Yemekler Oluştururken Dikkat Edilmesi Gereken Önemli Noktalar

Farklı yemekler birleştirilirken dikkat edilmesi gereken bazı önemli noktalar bulunmaktadır. Yemeğin, yapıldığı bölgenin damak tadına uygun olması (K17, K1, K5), baharat oranının iyi ayarlanması (K17, K2) gibi noktalar katılımcı şefler tarafından önemli noktalar olarak ifade edilmiştir. Her ne kadar yeni bir yemek ortaya konsa da yemeklerin içeriğinin tamamen bozulmamasına (K18, K6) dikkat edilmesi gerektiği, yapılacak olan yemeğin içeriğinin birbiriyle uyumlu olması (K3, K7, K13, K14, K15, K16), aynı besin değerine sahip malzemelerin beraber kullanılmaması (K5) oluşturulacak olan tarifin beğenisini artırılabilmesinde önemli olduğu da yine şefler tarafından dile getirilmiştir. Hangi ürünün nasıl işleneceğini bilmek de (K8, K4) önemli noktalardan biridir. Her hazırlık aşamasında olduğu gibi füzyon yemekler hazırlarken de hijyen (K8), tecrübe ve bilgi birikimi (K4) oldukça önemlidir.

Kapadokya'nın Yerel Ürünleriyle Hazırlanan Füzyon Yemeklerin Bölge Gastronomisine Katkısı

Kapadokya'nın yerel ürünleri ile hazırlanan füzyon mutfak yemeklerinin bölge gastronomisine katkısına yönelik ifadeler incelendiğinde ise şu görüşlere ulaşılmıştır: Kapadokya bölgesi yerli ve yabancı olmak üzere her sene çok sayıda turist ağırlamaktadır (K1, K2, K9, K16). Türk yemeklerinin farklı ülke mutfaklarına ait ürünlerle tekrar ele alınması, daha fazla turist bu bölgeyi tercih etmesine (K1, K15) ve bölge tanıtımına (K4, K6, K9, K12, K17) katkı sağlayabilir. Daha fazla turist bölgeye çekilmesi ve bilinirliğin artması sonucu bölgenin gelişimine katkı sağlanacaktır (K18). Füzyon mutfağın gelişmesi aynı zamanda üretim açısından da fırsatlar yaratacaktır (K18). Tüm bu olumlu katkıların yanında olumsuz olarak görülecek durumlar da söz konusudur. Bölgede genellikle yöresel yemekler yapılmaktadır. Bu sebeple bölgenin bu akıma uygun olup olmadığı (K7) araştırılmalıdır. Ayrıca Türkiye'de bulunmayan ürünlerin ithal edilmesi ve ülkenin içerisinde bulunduğu ekonomik sorunlardan dolayı bu durumun

fiyatlara nasıl etki edeceğinin bilinmemesi (K7, K13) füzyon mutfak oluşturulurken karşılaşılabilecek sorunlardan bazılarıdır.

Sonuç ve Öneriler

Füzyon mutfak, farklı kültürlerin mutfak tekniklerini ve malzemelerini birleştirerek yeni lezzetler yaratmak amacıyla kullanılan bir mutfak akımıdır. Türkiye’de füzyon mutfak uygulamaları, son yıllarda giderek yaygınlaşmaktadır. Bu uygulamalarda, Türk mutfağının geleneksel lezzetleri, farklı mutfaklardan gelen malzemeler ve tekniklerle harmanlanmaktadır. Füzyon mutfakla alakalı Türkiye’de yapılan benzer çalışmalar bulunmaktadır. Özkök (2017) tarafından Konya ve Karaman’da yapılan bir çalışmada, mutfak şeflerinin füzyon mutfak hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip olduğu ve füzyon mutfak ürünleri ürettiği tespit edilmiştir. Çalışmaya katılan şeflerin, füzyon mutfak uygulamalarını özgün tatlar yaratmak ve farklı lezzet arayışında olan tüketicilerin dikkatini çekmek için kullandıkları düşünülmektedir. Füzyon mutfak, hem bölgesel anlamda işletmelerin hem de küresel çapta ülke mutfaklarının tanıtımının gerçekleştirilmesine olanak tanımaktadır. Bu nedenle, çalışmaya katılan şeflerin, bu uygulamalara menülerinde yer vermeleri doğaldır. Ayduğ ve arkadaşlarının (2020) Çanakkale’de yaptığı bir çalışmada, mutfak şeflerinin füzyon mutfak hakkındaki görüşleri araştırılmıştır. Çalışma sonucunda, şeflerin bir kısmının, Çanakkale’nin yöresel ürün çeşitliliği ve kalitesi dikkate alınarak füzyon mutfağa uygun ürünlerin oluşturulabileceği görüşünde olduğu tespit edilmiştir.

Kapadokya bölgesinde gerçekleştirilen çalışma kapsamında, katılımcıların çoğu füzyon mutfağın, farklı mutfak kültürlerine ait yemeklerin, baharatların, pişirme ve doğrama tekniklerinin harmanlanarak yeni bir yemek ortaya çıkarmak olduğunu belirtmişlerdir. Yapılan tanımlamalar incelendiğinde, katılımcıların füzyon mutfağı doğru tanımladıkları ve bu konuda bilgi sahibi oldukları görülmektedir. Şeflerin görüşleri doğrultusunda bölgede bulunan işletmelerde füzyon mutfak kullanımının bölge ve bölge mutfağının tanıtımı, turist çekme potansiyeli, bölge üretiminin gelişmesi açısından yararlı olabileceği sonucuna varılmıştır. Buna rağmen şeflerin büyük bir kısmı füzyon mutfak ürünlerine çalıştıkları işletmelerin menülerinde yer vermediklerini belirtmiştir. Buna sebep olarak, bölgeyi ziyaret eden turistler tarafından genellikle yöresel yemeklerin tercih edilmesi gösterilmiştir. Bu bağlamda araştırmaya katılan şeflerin füzyon mutfak hakkında yeterli bilgiye sahip oldukları fakat çalıştıkları işletmelerde füzyon yemeklere yer vermedikleri sonucuna ulaşılabilir. Bunların yanı sıra şefler, menülerinde füzyon yemeklere yer vermemelerine karşın, füzyon tarifler üretebildiklerini, kendilerine ait birçok tarif olduğunu ve bu tariflerin çevreleri tarafından beğenildiğini belirtmişlerdir.

Çalışma kapsamında katılımcıların çoğu, Kapadokya bölgesine ait yerel ürün ve yöresel yemeklerin sınırlı olduğunu belirtmiştir. Bu sebeple bölgede genellikle Türk mutfağı hakimdir. Bunun haricinde bölgeyi ziyaret eden turistlerin damak zevkine uygun olması sebebiyle, turistlerin geldikleri ülkelere ait yemeklere de işletmelerde sıklıkla yer verilmektedir. Çalışmaya katılan şeflerin söylemlerine bakılarak, Kapadokya’yı ziyaret eden turistlerin habitatını çoğunlukla Kore, Meksika, Hindistan, Amerika, Fransa, İtalya oluşturmaktadır. Bu sebeple şefler, bu ülke mutfaklarına yeterince hakim olduklarını ve füzyon yemek tarifleri oluştururken Türk mutfağı ile bu ülke mutfaklarını harmanladıklarını belirtmişlerdir.

Yapılan çalışmada, Kapadokya bölgesindeki şeflerin, menülerine füzyon mutfak yemeklerini eklemeye istekli oldukları ve bu akım sayesinde restoranlarına müşteri çekmeyi hedefledikleri düşünülebilir. Bu nedenle, gelecekte yapılacak olan akademik çalışmalarda Kapadokya bölgesini ziyarete gelen turistlerin füzyon mutfak akımına bakış

açıları ve tercih etme sıklıklarının ölçülmesi ile anlamlı sonuçlar elde edilebilir. Bu çalışma, gelecekte farklı bölgelerde gerçekleştirilecek füzyon mutfak akımıyla ilgili yöresel ürünlerle yapılacak olan füzyon tarif çalışmalarını destekleyebilir. Ayrıca, yiyecek ve içecek işletmeleri füzyon mutfağı hakkında bilgilendirilmeli ve yeni ürünler geliştirmeye teşvik edilmelidir. Füzyon mutfağın tanıtımı ve medya üzerindeki etkisi güçlendirilmelidir. Füzyon mutfağıyla ilgili fuar, festival ve organizasyonların düzenlenmesi teşvik edilmelidir. Yiyecek ve içecek işletmelerinin desteklenmesi ve bilinçlendirilmesi bu konu hakkında birçok katkı sağlayabilir. Gastronomi turizminden elde edilen gelirin artmasına yardımcı olabilir. Bu durum, füzyon mutfağıyla ilgilenen turistlerin bölgeye çekilmesi ve yerel ekonominin canlanması anlamına gelir. Ayrıca, füzyon mutfak ürünlerinin ekonomik anlamda katma değer yaratması da önemli bir etkiye sahiptir. Bu durum, yerel işletmelerin füzyon mutfağına odaklanarak özgün ve yenilikçi ürünler geliştirmesi ve bu ürünlerin pazarlanmasıyla gerçekleşir. Buna bağlı olarak, yerel ekonomi güçlenir ve bölgede istihdam artar. Sonuç olarak, yiyecek ve içecek işletmelerinin desteklenmesi ve bilinçlendirilmesi, hem gastronomi turizminden elde edilen gelirin artmasına hem de füzyon mutfak ürünlerinin ekonomik anlamda katma değer yaratmasına ve yerel ekonominin güçlenmesine etki edebilir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Etik Kurulu 27.07.2023 tarih ve 2023.08.222. karar numarası ile alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Adlam, E. (2012). *Fusion Cuisine Goes Global*. USA: Create Space Company.
- Albayrak, A. (2013). Farklı milletlerden turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin saptaması üzerine bir çalışma. *Journal of Yasar University*, 5049-5063.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Altunsaban, S., Yay, Ö., & Erdem, Ö. (2016). *Yöresel Mutfak Kavramına İlişkin Şeflerin Bakış Açılarının Değerlendirilmesi* (Antalya örneği). Akdeniz Üniversitesi Göynük Mutfak Sanatları MYO.
- Ayduğ, İ., Turan, H., Başaran, G., Bayesen, D., & Sünnetçioğlu, S. (2020). Mutfak Şeflerinin Füzyon Mutfağına Yönelik Görüşleri ve Çanakkale İline Ait Yöresel Gıdalar İle Füzyon Mutfak Önerileri. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 332-358.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 231-274.
- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 21-34.
- Can, A., Sünnetçioğlu, S., & Durlu-Özkaya, F. (2012). Füzyon mutfağı uygulamalarının gastronomi turizminin gelişimine katkısı. *13. Ulusal Turizm Kongresi*.

- Can, A., Sünnetçioğlu, S., & Durlu-Özkaya, F. (2012). Füzyon Mutfağı Uygulamalarının Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı. *13. Ulusal Turizm Kongresi*, (s. 873-882). Antalya.
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of tourism Research*, 755-778.
- Doğdubay, M., Girgin, G. K., & Giritlioğlu, İ. (2007). Yiyecek-içecek endüstrisinde bir pazarlama stratejisi olarak ürün geliştirme çalışması (Füzyon mutfak uygulaması). *Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu Bildiri Kitabı*, 33-41.
- Doğdubay, M., Şahin, N. N., & Yiğit, S. (2017). In the Fusion Cuisine Approach Availability of Quinoa (Application Suggestions). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3-12.
- Durlu-Özkaya, F., Ceylan, F., Öztürk, B., & Demirel, M. M. (2020). Türk Tatlısı: Veganlar İçin Keşkül. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 185-192.
- Erdem, B., & Akyürek, S. (2018). *Chapter Twelve a New Culinary Trend: Fusion Cuisine-Sample Applications*. Recent Advances in Social Sciences.
- Erdem, B., Doğdubay, M., & Sarioğlan, M. (2012). The relationship between product innovation and fusion cuisine in food and beverage establishments: A discussion on Turkish cuisine. *Current Issues in Hospitality and Tourism: Research and Innovations*, 213-218.
- Hacıoğlu, N., Girgin, G. K., & Giritlioğlu, İ. (2009). Yiyecek-içecek işletmelerinin pazarlama faaliyetlerinde yöresel mutfakların kullanımı: Balıkesir örneği. 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri*, 17-18.
- Hall, C. M., & Mitchell, R. (2001). *Wine and Food Tourism*. Sydney: N. Douglas, R. Derret (Eds.), Special interest tourism.
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2004). *The Consumption of Experiences or The Experience of Consumption? An Introduction to The Tourism of Taste*. In: Food tourism around the world. Routledge.
- Hall, M., & Mitchell, R. (2003). Tourism as a force for gastronomic globalization and localization. *Tourism and Gastronomy*, 85-102.
- Ismail, H. W. (2005). *Houses in Malaysia: Fusion of the East and the West*. Malaysia: Ibook Publication.
- Janer, Z. (2007). Edible nature: New world food and coloniality. *Cultural Studies*, 385-405.
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2005). Gastronomy Tourism. *A Meaningful Travel Market Segment*, 39-55.
- Lan, L. W., Wu, W.-W., & Lee, Y.-T. (2012). Promoting food tourism with Kansei cuisine design. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 609-615.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. London: SAGE Publications.
- McKercher, B., Okumuş, F., & Okumuş, B. (2008). Food tourism as a viable market segment: It's all how you cook the numbers! *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 137-148.
- Newman, J. M. (2013). *Fusion Food in the Vegan Kitchen: 125 Comfort Food Classics, Reinvented with an Ethic Twist!* USA: Fair Winds Press.
- Okumuş, B., Okumuş, F., & McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 253-261.

- Önçel, S. (2015). Türk Mutfağı ve Geleceğine İlişkin Değerlendirmeler . *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*
- Özkök, G. A. (2017). Mutfak şeflerinin gastronomi ile ilgili görüşleri: Nitel bir araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(2), 182-193.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. London: SAGE Publications, inc.
- Rubin, H. J., & Rubin, I. S. (2011). *Qualitative interviewing: The art of hearing data*. London: SAGE Publications.
- Samen, S. (2008). İşletmelerde yaratıcılığın önemi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 363-378.
- Sarioğlan, M. (2013). Industrial Provision of Practice Skills of Students Training Gastronomy Education (Case of Turkey). *Online Submission*, 216-220.
- Staiff, R., & Bushell, R. (2013). The rhetoric of Lao/French fusion: Beyond the representation of the Western tourist experience of cuisine in the world heritage city of Luang Prabang, Laos. *Journal of Heritage Tourism*, 133-144.
- Tomita, A., & Sectar, M. (2002). *Passionate Zen Cooking: The Art of Japanese Fusion Cuisine*. USA: North Atlantic Books.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilir nitel bir araştırma tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 24(24): 543-559.
- Yayla, Ö., Ekincek, S., & Yayla, Ş. (2020). Türk Mutfağı İmajının Ürün Odaklı Geliştirilmesi: Turistler Üzerinde Bir Uygulama. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2916-2955.
- Zairi, Z. (2001). *Fusion Cuisine: Conquering the New World*. England: Emerald Book Company.

A Study on Knowledge Level and Usage Frequency of Fusion Cuisine by Chefs in Cappadocia Region**Gülseli EVLİYAOĞLU**

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Tourism Research Institute, Nevşehir/Türkiye

Emrah KESKİN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Faculty of Tourism, Nevşehir/Türkiye

Extended Summary

Various social changes have occurred as a result of factors such as technological advances, industrialization and urbanization today. Parallel to these changes, there are also changes in traditional culinary culture and eating habits. These changes were also reflected in taste and presentation techniques and contributed to the emergence of new applications in kitchens (Sarioğlan, 2013; Kivela & Crotts, 2005). Fusion cuisine means that the cooking techniques and ingredients of various countries are deliberately mixed or combined in the same dish. Fusion means unity (Newman, 2013). Fusion cuisine, which has left its mark on the food culture in recent years, has been defined as creating new cuisines, new foods and new tastes by synthesizing different food understandings of world cuisine (Zairi, 2001; Tomita & Selter, 2002). Fusion cuisine is classified in three different ways. First of all, there is the emergence of dishes belonging to different cultures in close regions. The eclectic approach, which is called the second method, is a method used to determine the food culture and also applied to other kitchen techniques and materials (Adlam, 2012; Ismail, 2005). The last method is to combine all the cuisines of the world without any culinary determinant. An important feature of Turkish cuisine is that all three methods can be used easily thanks to its wide range of food and beverage options and cultural diversity. Based on all these explanations, it is possible to define fusion cuisine as the combination of at least two different national cuisine cultures on the same plate as a result of a conscious effort to create new, different and original tastes without allowing one cuisine culture to dominate the other (Can et al., 2012). Fusion cuisine practices are based on the principle of consciously combining two national cuisines to achieve new, different and original results. Synthesizing and combining processes such as culinary ingredients, processing and creating a completely different food from the foods in each cuisine forms the basis of fusion cuisine.

Fusion cuisine is an approach that aims to create new and unique flavors by combining the dishes of different cultures. The Cappadocia region is a touristic destination known for its rich historical and cultural heritage, and it is known as a region that brings together different culinary traditions and tastes. Therefore, in this study, it is aimed to determine the level of knowledge of the chefs in the Cappadocia region about fusion cuisine and to determine how often they use this cuisine style.

Qualitative research examines the research problem with an insightful approach, adopting a holistic perspective that combines different disciplines. The subject of the research and the events are evaluated in themselves and interpreted in terms of the meanings that people ascribe to them (Altunışık et al., 2010). Therefore, it was found appropriate to use qualitative research methods in the study. The data were obtained using semi-structured interview technique. For the research, the interview form designed to be directed to the chefs in the Cappadocia region aimed to measure their level of knowledge about fusion cuisine and how often they used fusion cuisine in recipes or menus. This interview form consists of twenty questions in total. The questions in the interview form were prepared with the guidance of field experts.

In qualitative research, the items that the researcher actively studies are different phenomena such as human communities, social groups or various events and situations. The term universe can mean a continent, country, city, institution or it can also refer to groups containing certain demographic characteristics such as occupation, gender, race, age, marital status (Baltacı, 2018). For this reason, the universe of the research consists of chefs working in the Cappadocia region. The focal point of the research was chosen as Nevşehir province. This choice is due to the fact that Nevşehir is the most popular touristic city of the Cappadocia region. The fact that it is popular in terms of tourism also contributes to the development of the regional cuisine. Nevşehir's historical and natural beauties form an important part of culinary culture in this region. Therefore, Nevşehir is thought to represent the gastronomy of the region. In this context, the sample of the research consists of head chefs working in restaurants operating in Nevşehir province and districts. The reason why the interview is conducted with the head chefs is that the head chefs represent the personnel working in the sub-units in the best way and determine the menus.

When qualitative research techniques are used in educational studies with methods such as interviews, alternative perspectives are developed instead of quantitative research approaches. Qualitative research methods are generally applied on a small sample in educational studies. For example, sometimes even a single purposefully selected participant may be included in the study (Patton, 1990). Sample selection in qualitative studies focuses on the selection of individuals who can provide the most information. Therefore, it is important to meet the amount of information needed by the researcher in the sample, rather than the sample size or smallness. Sample selection is based on objectives rather than representativeness (Türnüklü, 2000). In a pedagogical study using the interview technique, considering the number of the sample, it is stated that the sample is complete at the point where the answers obtained provide very little information. In this context, it can be stated that the sample is complete when the information obtained reaches saturation or is at a sufficient level. From this point of view, a total of eighteen head chefs were interviewed as it was thought that the information obtained within the scope of the research had reached a sufficient level. Since the interviewed head chefs generally gave close answers to each other, it was concluded that this sample size was sufficient.

With the adoption of the fusion kitchen trend in food and beverage businesses, the knowledge level of the chefs on this subject has also started to develop. Within the scope of the study carried out in the Cappadocia region, most of the participants stated that fusion cuisine is to create a new dish by blending dishes from different culinary cultures, spices, cooking and chopping techniques. When the definitions are examined, it is seen that the participants define fusion cuisine correctly and have knowledge about it. In line with the opinions of chefs, it has been concluded that the use of fusion cuisine in the businesses in the region can be beneficial in terms of promoting the region and regional cuisine, attracting tourists and developing regional production. Despite this, most of the chefs stated that they do not include fusion cuisine products in the menus of the businesses they work with. The reason for this is that local dishes are generally preferred by tourists visiting the region. In this context, it can be concluded that the chefs participating in the research have sufficient knowledge about fusion cuisine, but they do not include fusion dishes in the businesses they work. In addition, the chefs stated that although they do not include fusion dishes in their menus, they can produce fusion recipes that they have many recipes of their own and that these recipes are liked by their circles.

Within the scope of the study, most of the participants stated that the local products and local dishes of the Cappadocia region are limited. For this reason, Turkish cuisine is generally dominant in the region. Apart from this,

because it is suitable for the taste of the tourists visiting the region, the dishes of the countries where the tourists come from are frequently included in the establishments. Considering the discourses of the chefs participating in the study, the habitat of the tourists visiting Cappadocia is mostly Korea, Mexico, India, America, France and Italy. For this reason, the chefs stated that they had sufficient knowledge of the cuisines of this country and that they blended Turkish cuisine with the cuisines of this country while creating fusion recipes.

In the study, it can be thought that the chefs in the Cappadocia region are willing to add fusion cuisine to their menus and aim to attract customers to their restaurants thanks to this trend. Therefore, in future academic studies, meaningful results can be obtained by measuring the fusion cuisine trend and the frequency of preference of tourists visiting the Cappadocia region. This study can support the fusion recipe studies that will be made with local products related to the fusion cuisine trend that will be carried out in different regions in the future. In addition, food and beverage businesses should be informed about fusion cuisine and encouraged to develop new products. The promotion of fusion cuisine and its influence on the media should be strengthened. Organizations such as fairs, festivals and congresses related to fusion cuisine should be encouraged. Supporting and raising awareness of food and beverage businesses can make many contributions to this issue. It can help increase income from gastronomy tourism. This means that tourists interested in fusion cuisine are attracted to the region and the local economy is revived. In addition, the fact that fusion cuisine products create added value in economic terms also has an important effect. This happens when local businesses focus on fusion cuisine and develop unique and innovative products and market these products. In this case, the local economy will strengthen and employment will increase in the region. As a result, supporting and raising awareness of food and beverage businesses can affect both the increase in income from gastronomy tourism and the economic added value of fusion cuisine products and the strengthening of the local economy.

Ek 1. Etik Kurul İzni



T.C.
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etik Kurulu

TOPLANTI SAYISI
8

KARAR SAYISI
2023.08.222.

TOPLANTI TARİHİ
27.07.2023

Üniversitemiz Turizm Fakültesi öğretim üyesi Doç. Dr. Emrah KESKİN'in "Kapadokya Bölgesindeki Şeflerin Füzyon Mutfak Bilgi Düzeyleri ve Kullanım Sıklıkları Üzerine Bir Araştırma" isimli bilimsel araştırma projesi hakkında alınan 26.07.2023 tarih ve 2300049410 sayılı başvuru dosyasının görüşülmesi.

2023.08.222. Üniversitemiz Turizm Fakültesi öğretim üyesi Doç. Dr. Emrah KESKİN'in "Kapadokya Bölgesindeki Şeflerin Füzyon Mutfak Bilgi Düzeyleri ve Kullanım Sıklıkları Üzerine Bir Araştırma" isimli bilimsel araştırma projesi hakkında alınan 26.07.2023 tarih ve 2300049410 sayılı başvuru dosyası görüşüldü.

Yapılan görüşmeler sonucunda, aşağıdaki tabloda isimleri belirtilen araştırmacılar tarafından hazırlanan "*Kapadokya Bölgesindeki Şeflerin Füzyon Mutfak Bilgi Düzeyleri ve Kullanım Sıklıkları Üzerine Bir Araştırma*" isimli bilimsel araştırma projesi ve ilgili belgeler araştırmacının gerekçe, amaç, yaklaşım ve yöntemleri dikkate alınarak incelenmiş olup, projenin gerçekleştirilmesinde etik sakınca bulunmadığına kurulumuz üyeleri tarafından oy birliği ile karar verilmiştir.

YÜRÜTÜCÜ	ARAŞTIRMACI/UZMAN
Doç. Dr. Emrah KESKİN	Gülseli EVLİYAOĞLU

***Prof. Dr. Fatih ÖZDEMİR Toplantıya Katılmadı.**

***Prof. Dr. Ensar ÇETİN Toplantıya Katılmadı.**

Belge Doğrulama Kodu: CT3P3HA

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Takip Adresi:
<https://ubys.nevsehir.edu.tr/ERMS/Record/ConfirmationPage/Index>

Adres: 2000 Evler Mah. Zübeyde Hanım Cad. 50300 / Nevşehir

Telefon No:

e-Posta:

Kep Adresi: nevsehiruniversitesi@hs01.kep.tr

Faks No:

İnternet Adresi:

Bilgi için :

Telefon No:

Leyla Karagedik

Sekreteryaya

(0 384) 2281000 - 10064

